

UNIVERSITÉ DU QUÉBEC À MONTRÉAL

LES EFFETS DES PRATIQUES TOURISTIQUES  
SUR LA QUALITÉ URBAINE :  
LES CAS DU VIEUX-MONTRÉAL ET DE SAN TELMO

MÉMOIRE  
PRÉSENTÉ  
COMME EXIGENCE PARTIELLE  
DE LA MAÎTRISE EN ÉTUDES URBAINES

PAR  
PAUL RACETTE DORION

JANVIER 2016

UNIVERSITÉ DU QUÉBEC À MONTRÉAL  
Service des bibliothèques

Avertissement

La diffusion de ce mémoire se fait dans le respect des droits de son auteur, qui a signé le formulaire *Autorisation de reproduire et de diffuser un travail de recherche de cycles supérieurs* (SDU-522 – Rév.07-2011). Cette autorisation stipule que «conformément à l'article 11 du Règlement no 8 des études de cycles supérieurs, [l'auteur] concède à l'Université du Québec à Montréal une licence non exclusive d'utilisation et de publication de la totalité ou d'une partie importante de [son] travail de recherche pour des fins pédagogiques et non commerciales. Plus précisément, [l'auteur] autorise l'Université du Québec à Montréal à reproduire, diffuser, prêter, distribuer ou vendre des copies de [son] travail de recherche à des fins non commerciales sur quelque support que ce soit, y compris l'Internet. Cette licence et cette autorisation n'entraînent pas une renonciation de [la] part [de l'auteur] à [ses] droits moraux ni à [ses] droits de propriété intellectuelle. Sauf entente contraire, [l'auteur] conserve la liberté de diffuser et de commercialiser ou non ce travail dont [il] possède un exemplaire.»



## REMERCIEMENTS

Je tiens à remercier en premier lieu mes codirecteurs de recherche. D'abord Priscilla Ananian pour sa rigueur, son professionnalisme et ses conseils judicieux sans lesquels je n'aurais jamais pu terminer ce mémoire. Merci également à Georges A. Tanguay pour sa bonne humeur, son pragmatisme et son ouverture.

Merci à Arnaud pour son écoute, sa compréhension et sa présence; à Andréanne pour les discussions de cadres de porte; à Brandon pour son dévouement et sa patience; et à Roxanne, Alexia et Justin pour l'ensemble de leur œuvre. Merci également ma famille pour son soutien indéfectible.

Gracias a Mariana Gómez, profesora en la Universidad de Buenos Aires que me ayudó a realizar este proyecto de investigación. Gracias también a mis amigos de Buenos Aires; a Emanuel por haberme iniciado en Argentina y haberme mostrado muchas cosas sobre la vida; y el mas importante, muchísima gracias a Mauricio Pinto por haber mejorado ese viaje en Buenos Aires, por escucharme y ayudarme en todo lo que estuve a su alcance.

## TABLE DES MATIÈRES

LISTE DES FIGURES .....	vii
LISTE DES TABLEAUX.....	xiv
RÉSUMÉ.....	xvi
INTRODUCTION.....	1
CHAPITRE I	
LES ASSISES DE LA RECHERCHE.....	6
1.1 Qualité urbaine .....	6
1.1.1 Du déterminisme physique aux «conditions gagnantes» .....	6
1.1.2 L'animation et l'appropriation dans l'espace .....	10
1.1.3 De l'importance des espaces liminaux .....	13
1.1.4 L'animation et l'appropriation dans le temps.....	15
1.1.5 Synthèse : faire émerger l'intangible par le construit.....	18
1.2 Tourisme et pratiques touristiques .....	20
1.2.1 Définitions, courants et tendances .....	21
1.2.2 Tourisme urbain et mise en tourisme de la ville .....	28
1.2.3 Synthèse : des pratiques individualisées et des impacts différenciés .....	40
1.3 Tourisme et qualité urbaine.....	41
1.3.1 La qualité urbaine comme facteur d'attraction touristique .....	41
1.3.2 Le tourisme en ville, un levier de développement de la qualité urbaine? .....	43
1.3.3 Synthèse : les pratiques touristiques, entre levier et nuisance pour la qualité urbaine.....	48
1.4 Problématique, questions et hypothèses de recherche.....	50
CHAPITRE II	
CADRE THÉORIQUE ET MÉTHODOLOGIE .....	55
2.1 Cadre théorique : l'intensité urbaine .....	55
2.1.1 Opérateurs .....	58
2.2 Identification des variables de la qualité urbaine et évaluation des pratiques touristiques	69

2.3 Méthodologie .....	71
2.3.1 L'approche comparative par études de cas.....	72
2.3.2 Méthodes de recherche.....	77
CHAPITRE III	
LE CAS DU VIEUX-MONTRÉAL .....	87
3.1 Mise en contexte .....	87
3.2 Historique du quartier : de la naissance à l'abandon .....	90
3.3 Histoire récente : patrimoine et grands événements .....	95
3.3.1 Reconnaissance patrimoniale et premiers développements .....	96
3.3.2 Remise en question du développement touristique tous azimuts .....	97
3.3.3 Vers un quartier complet .....	99
3.4 Portrait du quartier .....	106
3.4.1 Diversité formelle.....	106
3.4.2 Diversité fonctionnelle .....	119
3.4.3 Diversité des usages et des ambiances .....	132
3.4.4 Diversité des temporalités .....	151
3.5 Synthèse : impacts des pratiques touristiques dans le Vieux-Montréal .....	165
CHAPITRE IV	
LE CAS DE SAN TELMO .....	170
4.1 Mise en contexte : Buenos Aires et San Telmo .....	170
4.2 Historique du quartier : de sa fondation à sa désertion .....	174
4.3 Histoire récente : le patrimoine, le néolibéralisme et la crise économique.....	179
4.3.1 La protection patrimoniale et la consolidation du cadre bâti .....	179
4.3.2 De porte d'entrée à destination touristique.....	180
4.3.3 La période post-crise et le boom touristique .....	182
4.4 Portrait du quartier .....	187
4.4.1 Diversité formelle.....	187
4.4.2 Diversité fonctionnelle .....	203
4.4.3 Diversité des usages et des ambiances .....	218

4.4.4 Diversité des temporalités .....	241
4.5 Synthèse : les effets des pratiques touristiques sur la qualité urbaine dans San Telmo .....	250
CHAPITRE V LE VIEUX-MONTRÉAL ET SAN TELMO : DIFFÉRENCES ET SIMILITUDES.....	255
5.1 Pratiques touristiques : une contribution notoire à la qualité urbaine .....	255
5.1.1 Diversité formelle : amélioration du cadre bâti et augmentation de la densité commerciale .....	256
5.1.2 Diversité fonctionnelle : diversification et concentration de l'offre commerciale.....	257
5.1.3 Diversité des usages et des ambiances : entre gain d'achalandage et surcharge .....	259
5.1.4 Diversité des temporalités : entre rythmes quotidiens et saisonniers .....	260
5.1.5 Tension entre mise en tourisme et qualité urbaine .....	261
5.2 Les pratiques touristiques dans les deux quartiers .....	265
5.2.1 Éléments de similitudes : motifs et comportements .....	266
5.2.2 Éléments de divergence : la quête du lieu .....	268
5.2.3 Tension entre mise en tourisme et pratiques touristiques .....	279
CONCLUSION .....	283
ANNEXE 1 GRILLE D'ANALYSE DES COMMERCEs .....	288
ANNEXE 2 PLAN D'OBSERVATION DU VIEUX-MONTRÉAL .....	290
ANNEXE 3 PLAN D'OBSERVATION DE SAN TELMO .....	292
ANNEXE 4 QUESTIONNAIRE EN FRANÇAIS .....	294
ANNEXE 5 QUESTIONNAIRE EN ANGLAIS .....	299
ANNEXE 6 QUESTIONNAIRE EN ESPAGNOL .....	304
ANNEXE 7 PROFILS STATISTIQUES DES RÉPONDANTS .....	309

BIBLIOGRAPHIE .....	314
---------------------	-----



## LISTE DES FIGURES

Figure	Page
2.1 L'intensité urbaine, Da Cunha et Kaiser (2009 : 26) .....	56
2.2 Schéma adapté de Da Cunha et Kaiser (2009 : 26).....	58
2.3 Cartes sommaires des deux cas à l'étude .....	76
2.4 Cartes sommaires des deux cas à l'étude .....	76
3.1 Carte de l'île de Montréal et de la zone d'étude .....	88
3.2 Carte de l'arrondissement Ville-Marie et localisation de la zone d'étude .....	89
3.3 Carte de Ville-Marie en 1758 illustrant les fortifications nouvellement construites (Jefferys, 1758) .....	91
3.4 Évolution du nombre de résidents dans le Vieux-Montréal de 1971 à 2011 ....	99
3.5 Grands projets urbains aux abords de l'arrondissement historique du Vieux-Montréal.....	101
3.6 Toutes les façades du Vieux-Montréal.....	109
3.7 Espace ouvert ayant fait l'objet de verdissement .....	107
3.8 Rupture dans la trame urbaine engendrée par un stationnement.....	107
3.9 Façades en retrait du domaine public dans le Vieux-Montréal .....	109
3.10 Pavillon du Musée de la Pointe-à-Callières .....	108
3.11 Édifice en retrait sur la rue Saint-Paul .....	108
3.12 Retrait de façade comblé par une terrasse, rue de la Commune .....	108
3.13 Retrait de façade comblé par une terrasse, Place Jacques-Cartier .....	108
3.14 Façades imperméables du Vieux-Montréal.....	110
3.15 Façades perméables du Vieux-Montréal .....	111
3.16 Façades opaques du Vieux-Montréal .....	112
3.17 Façades transparentes du Vieux-Montréal .....	113
3.18 Édifice à bureaux rue McGill .....	112
3.19 Édifice gouvernemental rue Notre-Dame .....	112
3.20 Rues de la Commune .....	115



3.21 Boutique souvenir rue Saint-Paul.....	115
3.22 Opacité des façades et fonctions touristiques.....	116
3.23 Musée de la Pointe-à-Callières.....	117
3.24 Centre d'histoire de Montréal .....	117
3.25 Maison des marins du Musée de la Pointe-à-Callières .....	117
3.26 Basilique Notre-Dame, côté est.....	118
3.27 Basilique Notre-Dame, façade nord.....	118
3.28 Ensemble des fonctions des rez-de-chaussée du Vieux-Montréal .....	123
3.29 Répartition des grandes catégories de commerces dans le Vieux-Montréal, selon le type, en 2014.....	120
3.30 Rez-de-chaussée dont l'usage est principalement axé vers le visiteur.....	124
3.31 Lieu où les visiteurs prennent leur repas du soir, la plupart du temps, lorsqu'en voyage, réponses uniques.....	122
3.32 Usages principalement destinés aux touristes .....	127
3.33 Localisation des établissements de restauration, par type.....	128
3.34 Commerces alimentaires .....	129
3.35 Types de bannières .....	130
3.36 Usages principalement destinés aux touristes et établissements dont l'horaire change au cours de l'année.....	134
3.37 Comportement lorsqu'en voyage, répondants du Vieux-Montréal, réponses uniques .....	133
3.38 Rue perpendiculaire à la rue de la Commune .....	135
3.39 Rue Saint-Sulpice.....	135
3.40 Ruelle de service .....	136
3.41 Ruelle de service .....	136
3.42 Visiteurs sortant du secteur touristique par une rue perpendiculaire .....	137
3.43 Rue Notre-Dame, déserte .....	137
3.44 Rue limitrophe à la Banque Nationale, à un coin de rue de la Place d'Armes .....	138
3.45 Rue McGill près du métro Square-Victoria-OACI .....	138
3.46 Rue Saint-Jacques, au coin du Square Victoria, en heure de pointe .....	139

3.47 Passants sur la Place d'Armes .....	140
3.48 Flutiste sur la Place d'Armes .....	140
3.49 Visiteurs en séance photo .....	141
3.50 Chevaux sur la Place d'Armes .....	141
3.51 Rue Saint-Paul en direction ouest, près de la Place Jacques-Cartier .....	142
3.52 Place Jacques-Cartier vue du Vieux-Port.....	143
3.53 Activité de contemplation sur la Place Jacques-Cartier .....	143
3.54 Pratiques touristiques visibles, près de la Place Jacques-Cartier .....	144
3.55 Mur d'autocars sur la rue de la Commune .....	144
3.56 Perception des répondants à l'égard du Vieux-Montréal, réponses multiples .....	145
3.57 Commerçants sur la Place Jacques-Cartier .....	146
3.58 Commerçants sur la Place Jacques-Cartier .....	146
3.59 Affichage touristique du Vieux-Montréal .....	147
3.60 Affichage touristique du Vieux-Montréal .....	147
3.61 Tronçon de la rue Saint-Paul fermé dans le cadre du Grand Prix du Canada de Formule 1 .....	149
3.62 Terrasses sur la rue Saint-Paul, fermée exceptionnellement pour le Grand Prix du Canada.....	150
3.63 Commerces ouverts le mercredi, en janvier .....	155
3.64 Commerces ouverts le mercredi, en juin .....	156
3.65 Commerces ouverts le mercredi, en octobre .....	157
3.66 Commerces ouverts le vendredi, en janvier .....	158
3.67 Commerces ouverts le vendredi, en juin .....	159
3.68 Commerces ouverts le vendredi, en octobre .....	160
3.69 Établissements dont l'horaire varie au cours de l'année et fonctions destinées aux touristes .....	161
3.70 Variation d'achalandage des principales attractions du Vieux-Montréal en 2013 .....	162
4.1 Mise en contexte géographique, le grand Buenos Aires en Amérique du sud et la ville autonome de Buenos Aires dans l'agglomération .....	171
4.2 Mise en contexte géographique, le quartier d'étude dans la comuna 1 .....	172

4.3	Mise en contexte géographique, secteur d'étude de San Telmo .....	173
4.4	Plan topographique de 1822 (Bertres, 1822) .....	176
4.5	Évolution de la population dans San Telmo et Buenos Aires, entre 1870 et 2010, 1870=1 .....	177
4.6	Évolution du nombre d'entrées de non-résidents en Argentine, entre 1990 et 2013 .....	183
4.7	Toutes les façades de San Telmo .....	190
4.8	Façades en retrait du domaine public dans San Telmo .....	190
4.9	Façade en retrait rue Defensa .....	188
4.10	Retrait des bâtiments permettant une appropriation ou occupation du domaine public, rue Peru .....	191
4.11	Retrait des bâtiments permettant une appropriation ou occupation du domaine public, rue Peru .....	191
4.12	Dégagement, rue Defensa .....	191
4.13	Terrasse au coin des rues Peru et Humberto 1 .....	191
4.14	Façades imperméables .....	193
4.15	Façades perméables .....	193
4.16	Portes résidentielles .....	194
4.17	Bâtiment résidentiel .....	194
4.18	Façades commerciales .....	194
4.19	Immeuble résidentiel .....	195
4.20	Immeuble à bureaux, fermés sur la rue .....	195
4.21	Façades transparentes .....	196
4.22	Façades opaques .....	196
4.23	Façades de commerces fermés sur la rue Peru, au nord .....	195
4.24	Terrain vacant sur la rue Bolivar .....	195
4.25	Répartition des commerces axés vers le touriste et opacité des façades .....	199
4.26	Église de San Francisco vue de l'ouest .....	198
4.27	Musée d'art contemporain vue du nord .....	198
4.28	Rénovations et interventions de mise en tourisme dans San Telmo .....	201

4.29	Parcours thématiques dans l'axe Balcarce-Chile, personnage de Mafalda rue Chile .....	200
4.30	Personnage de tango rue Balcarce.....	200
4.31	Étalage commercial sur la rue Defensa .....	202
4.32	Groupe de musique lors de la feria du dimanche .....	202
4.33	Répartition des grandes catégories de commerces dans le secteur d'étude, selon le type, en 2015 .....	204
4.34	Usages des rez-de-chaussée dans San Telmo.....	207
4.35	Fonctions axées vers le visiteur .....	208
4.36	Types d'établissements de restauration .....	209
4.37	Propriété des commerces .....	210
4.38	Commerces alimentaires .....	213
4.39	Types de commerces, excluants commerces alimentaires .....	214
4.40	Fonction axée vers le touriste .....	215
4.41	Lieu où est le plus souvent consommé le repas du soir, en voyage, réponse unique .....	217
4.42	Rue Mexico .....	219
4.43	Rue Balcarce .....	219
4.44	Rue Bolivar en fin de journée .....	220
4.45	Rue Bolivar en après-midi .....	220
4.46	Rue Peru dans un tronçon normal .....	221
4.47	Rue Peru dans sa portion la plus large au nord d'Independencia .....	221
4.48	Rue Venezuela, au coin de la rue Peru.....	222
4.49	Rue Bolivar .....	222
4.50	Comportement des visiteurs lorsqu'en visite dans un quartier, réponses multiples .....	224
4.51	Groupe de gens socialisant autour du kiosque à journaux .....	225
4.52	Rue perpendiculaire .....	225
4.53	Café El Fédéral faisant partie du programme Café notable de la CABA .....	226
4.54	Impressions des répondants lorsqu'ils visitent San Telmo, réponses multiples .....	227

4.55 Rue Estados-Unidos .....	228
4.56 Rue Chile .....	228
4.57 Paseo de la historieta dans la section Balcarce .....	229
4.58 Animation du domaine public à des fins touristiques .....	229
4.59 Étudiants à la sortie de l'Universidad del cine en après-midi .....	230
4.60 Groupe de travailleurs visiblement en pause, s'appuyant sur un personnage du circuit touristique .....	230
4.61 Passage San Lorenzo, en après-midi .....	231
4.62 Rue Carlos Calvo, en fin de journée .....	231
4.63 Danseurs de tango sur la Plaza Dorrego .....	232
4.64 Vendeurs d'artisanat au coin de Defensa et Humberto 1 .....	232
4.65 Plaza Dorrego depuis la rue Defensa, en semaine .....	233
4.66 Plaza Dorrego depuis la rue Defensa, en semaine .....	233
4.67 Vue panoramique de la Plaza Dorrego depuis l'intersection des rues Defensa et Humberto 1, en semaine .....	234
4.68 Vue panoramique de la Plaza Dorrego depuis l'intersection des rues Defensa et Humberto 1, le dimanche .....	234
4.69 Rue Defensa depuis l'avenue Independencia .....	235
4.70 Vue en plongée d'un tronçon de la feria .....	235
4.71 Intersection des rues Defensa et Carlos Calvo .....	236
4.72 Étalage de produits de cuir sur la rue Defensa .....	236
4.73 Spectacle de musique au cœur de la rue Defensa, près de l'avenue San Juan .....	236
4.74 Spectacle de musique au cœur de la rue Defensa, près de l'avenue San Juan .....	236
4.75 Chanteur de tango sur la rue Defensa .....	237
4.76 Chanteur de tango sur la rue Defensa .....	237
4.77 Vendeurs ambulants .....	237
4.78 Vendeurs ambulants .....	237
4.79 Taxis en attente au coin des rues San Juan et Defensa, vers le nord .....	238
4.80 Commerçants en attente de clients, Plaza Dorrego .....	239



4.81	Commerçants en attente de clients, rue Defensa.....	239
4.82	Entrée du passage San Lorenzo, vue de l'entrée ouest d'abord, puis qui se termine sur un kiosque de location de vélo.....	240
4.83	Pride Café qui installe sa terrasse dans la rue pour l'occasion, dans la partie est .....	240
4.84	Nombre et provenance de touristes hébergés dans les établissements hôteliers et panhôteliars, en 2014, à Buenos Aires (en milliers) .....	242
4.85	Volume de passagers ayant monté à bord de l'autobus touristique de Buenos Aires entre janvier 2013 et décembre 2014.....	243
4.86	Statue de Mafalda en semaine .....	244
4.87	Statue de Mafalda le dimanche .....	244
4.88	Entrée du marché de San Telmo en semaine .....	245
4.89	Entrée du marché de San Telmo le dimanche .....	245
4.90	Terrasses autour de la Plaza Dorrego le samedi et dimanche .....	246
4.91	Espace de stationnement utilisé comme telle la semaine .....	246
4.92	Espace de stationnement se transformant en aire de restauration le dimanche .....	246
4.93	Commerces ouverts le mercredi .....	248
4.94	Commerces ouverts le vendredi .....	249
5.1	Répartition des catégories d'hébergement des répondants, réponses multiples .....	272
5.2	Impression lorsqu'en visite dans le Vieux-Montréal et dans San Telmo, réponses multiples .....	274
5.3	Activités pratiquées au cours du séjour à Montréal et à Buenos Aires, réponses multiples .....	275
5.4	Activités généralement recherchées en voyage, réponses multiples.....	276
5.5	Carte synthèse des pratiques touristiques, des stratégies de mise en tourisme et des indicateurs de la qualité urbaine dans San Telmo.....	281
5.6	Carte synthèse des pratiques touristiques, des stratégies de mise en tourisme et des indicateurs de la qualité urbaine dans le Vieux-Montréal .....	282



## LISTE DES TABLEAUX

Tableau	Page
2.1 Identification des variables à l'étude.....	70
2.2 Similitudes et différences entre le Vieux-Montréal et San Telmo .....	75
2.3 Méthodes de recherche employées et variables à l'étude .....	78
2.4 Périodes et heures d'observation .....	83
3.1 Comparaison de l'offre commerciale du Vieux-Montréal de 1996 à 2010 ....	102
3.2 Détails des catégories de commerces dans le Vieux-Montréal, en 2014 .....	121
3.3 Proportion des commerces ouverts à différents moments de l'année dans le Vieux-Montréal .....	152
3.4 Types de commerces dont l'horaire varie .....	154
3.5 Calendrier sommaire des événements s'étant déroulés dans le Vieux-Port et le Vieux-Montréal en 2014.....	164
3.6 Synthèse des opérateurs de la qualité urbaine dans le Vieux-Montréal et effets des pratiques touristiques .....	168
4.1 Détails et proportions des sous-catégories de commerces, en 2015 .....	205
4.2 Synthèse de l'analyse des effets des pratiques touristiques sur la qualité urbaine dans San Telmo .....	253
5.1 Synthèse des effets des pratiques touristiques sur la qualité urbaine .....	264
5.2 Motifs de voyage des répondants du Vieux-Montréal et de San Telmo .....	266
5.3 Comportement en voyage des répondants du Vieux-Montréal et de San Telmo .....	267
5.4 Impression lorsqu'en voyage des répondants du Vieux-Montréal et de San Telmo .....	268
5.5 Critères de choix d'un restaurant en voyage des répondants du Vieux-Montréal et de San Telmo .....	269
5.6 Apprentissage de la culture et de la politique à propos de la destination avant le départ des répondants du Vieux-Montréal et de San Telmo .....	270
5.7 Critères de localisation du lieu d'hébergement des répondants du Vieux-Montréal et de San Telmo .....	270
5.8 Tentatives de rencontre d'habitants du lieu visité des répondants du Vieux-Montréal et de San Telmo .....	271

5.9	Entourage au cours de ce voyage des répondants du Vieux-Montréal et de San Telmo.....	271
5.10	Voyageur ou touriste, répondants du Vieux-Montréal et de San Telmo.....	277

## RÉSUMÉ

Les quartiers centraux des villes occidentales ont fait l'objet de nombreuses stratégies de revitalisation depuis trois décennies. Le déclin des fonctions productives traditionnelles a mené à l'abandon de certains quartiers et au départ de leur population. Face à ce constat, les décideurs politiques ont mis de l'avant différentes stratégies dont fait partie intégrante la mise en tourisme des quartiers. Malgré ses effets importants sur la ville, largement étudiés, ses effets sur la qualité urbaine ne sont que très peu documentés. Cette étude exploratoire vise donc à comprendre les effets des pratiques touristiques sur la qualité urbaine des quartiers du Vieux-Montréal au Québec et de San Telmo en Argentine. Nous mobilisons pour ce faire le concept de l'intensité urbaine de Da Cunha et Kaiser (2009) qui comprend quatre opérateurs : diversité formelle, fonctionnelle, des usages et des ambiances. Pour adapter le cadre théorique à notre contexte, les pratiques touristiques, nous ajoutons la dimension du temps. L'étude comparative nous permet de mieux comprendre les relations de causes à effets et ainsi améliorer notre compréhension globale du phénomène. Les conclusions de la recherche nous montrent que la mise en tourisme trop forte et la concentration temporelle et spatiale de l'activité touristique nuisent à la qualité urbaine puisqu'elles diminuent l'attrait pour les autres usagers. La mise en tourisme des quartiers doit donc être revue afin de se déployer de façon plus étendue et ainsi diluer les flux touristiques. Cette concentration engendre en effet une inadéquation de l'offre commerciale, une concentration des nuisances et parfois une «disneyification» des quartiers. Nous montrons cependant comment les pratiques touristiques diffèrent selon les quartiers, et comment certaines d'entre elles sont plus bénéfiques pour les autres usagers.

Mots-clés : qualité urbaine, intensité urbaine, pratiques touristiques, tourisme urbain, mise en tourisme, Vieux-Montréal, San Telmo, Buenos Aires

## INTRODUCTION

Le discours sur la requalification urbaine prend une place grandissante à mesure que les préoccupations environnementales augmentent (Da Cunha et Guinand, 2014). L'étalement urbain, par exemple, remet de l'avant la nécessité de reconstruire la ville sur elle-même. Fortement associée à l'image de densité, cette idée de requalifier la ville, de la redonner aux citoyens, a fait l'objet d'un nombre important de recherches alors que les moyens pour y parvenir sont constamment débattus. C'est dans ce contexte que les travaux sur la qualité urbaine émergent afin d'encadrer ces processus et s'assurer de bien mener les travaux de requalification. En parallèle, la question du tourisme urbain et de l'amélioration des villes par et pour l'industrie touristique suscite également de vifs débats. Bien que le phénomène touristique soit en pleine croissance depuis la fin de la Seconde Guerre mondiale (Lanquar, 1984; Cazes et Courades, 2004; Équipe MIT, 2002), les villes occidentales n'en sont devenues de véritables acteurs qu'au cours des années soixante-dix et quatre-vingt (Law, 1992). La nécessité de rénover les villes face au déclin de la fonction manufacturière a amené les décideurs à développer cette industrie de manière accélérée, n'ayant pas toujours des retombées positives pour les citoyens (Judd et Fainstein, 1999; Fox Gotham, 2005). Le Vieux-Montréal, par exemple, voit apparaître un certain nombre de mesures visant le développement de son industrie touristique dès les années soixante, mais de manière accélérée à compter des années soixante-dix (Drouin, 2009a). Constatant les problèmes associés à cette mise en tourisme, notamment de forte saisonnalité et de désertion en période hivernale, la Ville de Montréal s'est d'ailleurs récemment dotée d'un plan de revitalisation dans l'optique de rendre le quartier plus dynamique (Ville de Montréal, 2013).

Dans les pays émergents, cette mise en tourisme est plus récente et les processus de transformation sont encore en cours. Le quartier de San Telmo à Buenos Aires, par



exemple, a fait l'objet de plusieurs tentatives de revitalisation de la part des gouvernements locaux dans l'optique de développer cette industrie, principalement depuis la grave crise économique argentine de 2001 (Diaz Orueta et Lourés Seoane, 2003; Gomez Schettini et Troncoso, 2011). L'objectif était bien sûr la diversification de l'économie et la mise en place d'une industrie dès lors inexistante afin de stimuler l'emploi.

Or, la croissance de l'industrie touristique semble loin d'être terminée. En effet, si entre 1950 et 2012 le nombre de touristes internationaux est passé de vingt-cinq millions à 1,085 milliards, on s'attend à ce qu'il passe à 1,8 milliard d'ici 2030 (OMT, 2014). Il génèrerait en outre 9% du PIB mondial (OMT, 2013) et une bonne partie de cette croissance est appelée à se concentrer dans les villes. Pourtant, le tourisme n'est pas toujours le bienvenu auprès des autres usagers de la ville (Ashworth et Page, 2010). Les comportements nuisibles et les désagréments qu'il engendre, notamment sociaux, lui font parfois mauvaise réputation (Équipe MIT, 2002; Lacarrieu, 2006). Certains chercheurs avancent même que le tourisme mène inévitablement à la destruction de l'attrait initial, en l'occurrence la ville (Butler, 1980; Fox Gotham, 2005). D'autre ont par ailleurs démontré que l'urbanité, au sens d'ambiances et d'atmosphère d'un quartier, se voit intensifier par la présence du tourisme lorsqu'il s'agit d'une fonction complémentaire et non pas de l'activité principale d'un quartier (Ashworth et Page, 2010; Nahrat et Stock, 2012). S'il s'agit de la fonction principale, on assiste alors à la création d'enclaves touristiques qui n'ont rien à voir avec le vrai rythme de la ville (Judd et Fainstein, 1999).

Par contre, l'envergure des retombées et leurs impacts seraient tributaires de deux variables principales : la stratégie de mise en tourisme employée par les acteurs et le type de pratiques touristiques (Hunin et Novy, 2006). C'est d'ailleurs l'objectif principal de cette recherche que de comprendre la relation entre les processus de mise

en tourisme, les pratiques touristiques et la qualité urbaine. Le mémoire permet par ailleurs d'atteindre trois objectifs qui découlent de cette relation :

- 1) Comprendre la tension qui s'opère entre les stratégies de mise en tourisme des quartiers et la qualité urbaine;
- 2) Mesurer l'adéquation entre les stratégies de mise en tourisme et les pratiques touristiques qui y prennent place, entre le territoire planifié et le territoire pratiqué;
- 3) Comprendre les effets des pratiques touristiques sur la qualité urbaine.

Ces trois objectifs structurent la méthodologie et la présentation des résultats. Pour les atteindre et notamment mesurer la qualité urbaine, nous avons eu recours au modèle de l'intensité urbaine élaboré par Da Cunha et Kaiser (2009). Ce modèle permet d'aller au-delà des dimensions matérielles généralement considérées comme indicateurs de qualité urbaine. Il inclut quatre opérateurs : diversité fonctionnelle, diversité formelle, diversité des usages, diversité des ambiances. Nous avons bonifié le modèle d'un cinquième opérateur, soit la diversité des temporalités, afin de tenir compte des réalités touristiques, de saisonnalité par exemple. Lorsque combinés en un lieu, ces opérateurs génèrent un certain nombre d'effets à des degrés divers : compacité, urbanité, lisibilité, identification, et animation. Le cadre théorique a également été bonifié pour inclure les effets des pratiques touristiques et du tourisme sur chacun des cinq opérateurs.

Les deux premiers opérateurs, fonctionnel et formel, ont été mesurés à l'aide d'indicateurs récoltés par des relevés terrain et par la suite cartographiés; il s'agit de l'interface entre les espaces ouverts et fermés et les types de commerces. Les trois autres : usages, ambiances et temporalités, ont aussi été collectés par des relevés terrains, mais également enrichis par des observations non participantes afin de documenter et comprendre les dynamiques internes des quartiers.



L'approche par étude de cas a été utilisée pour deux raisons. D'abord, le niveau de mise en tourisme diffère dans les deux cas. Dans le Vieux-Montréal, la vocation touristique est solidement implantée depuis plus de quarante ans, ce qui n'est pas le cas dans San Telmo. De plus, l'hypothèse de base avançait que les pratiques touristiques différaient de manière importante entre les deux quartiers, ayant conséquemment une influence différente sur les quartiers à l'étude. Dans le cas de San Telmo, le tourisme de masse est par exemple beaucoup moins développé, alors que dans le Vieux-Montréal il s'agit d'une part importante des visiteurs. L'impact pressenti est donc différent. Dans le cas argentin, les visiteurs sont aussi plus jeunes et chercheraient davantage à vivre comme des habitants locaux, alors que dans le Vieux-Montréal, ils chercheraient surtout à se divertir en famille ou entre amis. Notre hypothèse avançait donc que les pratiques touristiques étaient différentes, tout comme leurs effets sur la qualité urbaine.

La recherche a validé en partie cette hypothèse et a montré que les pratiques touristiques peuvent effectivement constituer un atout pour la qualité urbaine. L'offre commerciale bénéficie notamment de l'apport du tourisme, mais les stratégies de mise en tourisme employées influencent beaucoup la qualité globale des quartiers. Dans certains cas, comme celui du Vieux-Montréal, la concentration spatiale et temporelle des pratiques touristiques est telle que la qualité urbaine pour les autres usagers s'en voit diluer. Dans le cas de San Telmo, on se rend compte que les stratégies des acteurs publics, bien que similaires, n'ont pas eu les mêmes effets. Les pratiques touristiques sont beaucoup plus diluées et leurs effets par conséquent plus positifs pour les autres usagers. De plus, le type de visiteurs, et les pratiques qui en découlent, sont beaucoup plus près de la culture locale et contribuent positivement par conséquent davantage à la qualité urbaine. La recherche nous montre donc le potentiel des pratiques touristiques dans l'amélioration de la qualité des quartiers, mais nous pointent également certains éléments à éviter dans le processus de mise en tourisme.

Par ailleurs, la recherche est exploratoire. En utilisant un cadre théorique issu des études urbaines dans une recherche portant sur le tourisme urbain, l'étude de cas nous permet d'approfondir les liens de causes à effets entre pratiques touristiques et qualité urbaine dans des contextes spécifiques, et c'est pourquoi deux quartiers fortement mis en tourisme ont été retenus : ils constituent deux cas «exemplaires» (Roy, 2010). L'objectif n'est pas de généraliser à l'ensemble des quartiers qui sont hôtes de pratiques touristiques, mais bien de pousser plus loin notre compréhension du phénomène.

La recherche nous permet donc de mieux comprendre comment la mise en tourisme des quartiers peut être utilisée pour influencer la qualité urbaine, et ce, pour tous les usagers du quartier. Nous comprenons également mieux comment les différentes pratiques ont des effets sur la qualité urbaine, et comment les stratégies de mise en tourisme orientent, ou non, les types de pratiques.

Le mémoire est divisé en cinq chapitres. Le premier nous permet de comprendre les enjeux actuels émergeant de la littérature afin de bien encadrer la problématique, les objectifs et les questions et hypothèses de recherche. Le second vise à bien définir le cadre théorique utilisé, en l'occurrence la qualité urbaine, et par la suite à expliquer la stratégie méthodologique et les méthodes de recherche employées. Les chapitres 3 et 4 présenteront les résultats, du cas du Vieux-Montréal d'abord et de San Telmo ensuite afin de répondre à la première question de recherche : 1) Quels sont les effets des pratiques touristiques sur la qualité urbaine. Puis, le chapitre 5 fera le parallèle entre les deux cas à l'étude pour comprendre notamment les différences dans les pratiques touristiques et l'adéquation entre les territoires planifiés et les pratiques qui y prennent place, ce qui nous permettra de répondre à la seconde question de recherche : dans quelle mesure les stratégies de mise en tourisme des quartiers orientent-elles les pratiques touristiques?

# **CHAPITRE I**

## **LES ASSISES DE LA RECHERCHE**

Ce premier chapitre a pour objectif d'établir les bases de la recherche. Il contient dans un premier temps la recension des écrits, divisée en trois grandes catégories : qualité urbaine; tourisme; et tourisme et qualité urbaine. Les constats qui seront faits nous permettront d'encadrer la problématique, puis de poser les questions et formuler les hypothèses de recherche.

### **1.1 Qualité urbaine**

Cette première partie vise à documenter les dimensions qualitatives de la ville. Dans un premier temps, nous verrons comment les théories et façons de faire la ville sont passées d'essentiellement construites à un agencement complexe entre les dimensions matérielles et immatérielles. Nous verrons ensuite comment les interfaces entre espaces ouverts et fermés conduisent à une amélioration de la qualité urbaine, puis comment la gestion des temporalités peut contribuer à optimiser l'utilisation des quartiers.

#### **1.1.1 Du déterminisme physique aux «conditions gagnantes»**

Les architectes et urbanistes ont, depuis plusieurs siècles, tenté de dresser un certain nombre de conditions, de méthodes de construction conduisant à la ville optimale, non sans teinter leur discours d'idéologies et des contextes sociaux dans lesquels ils évoluaient. Le Corbusier (1925), par exemple, parlait d'un milieu universel strictement fonctionnel pour tous les humains. Wirth (1938) parlait des villes peuplées, hétérogènes et denses qui dégageaient leur propre identité et influençaient les individus. Ce dernier fut d'ailleurs fort critiqué par l'absence de considérations



pour les facteurs sociaux, par le déterminisme physique qu'il mettait de l'avant (Rosen et Walks, 2013).

Cet urbanisme fonctionnaliste omniprésent dans la première moitié du vingtième siècle a mené à la destruction de nombreux quartiers centraux dans les villes occidentales. Émerge alors un véritable courant de protestation dont la plus célèbre porte-parole est Jane Jacobs (1961). Elle s'oppose alors farouchement à la création d'une autoroute dans Greenwich Village à New York et publia son livre *Death and Life of Great American Cities*, dans lequel elle fait l'apologie de la ville traditionnelle et met de l'avant un certain nombre de bons principes d'aménagement en observant le fonctionnement d'une ville (Jacobs, 1961 : 17). Si elle admet qu'une densité relativement élevée est nécessaire pour qu'un quartier fonctionne, elle s'opposera cependant à la construction de vastes tours et projets d'habitations modernes, fermés sur eux-mêmes.

Pour elle, l'aménagement et la configuration de l'espace doivent faire émerger des formes d'animation et d'appropriation. Elle propose donc quatre grands principes qui ne sont pas gage de réussite, mais qui favorisent à tout le moins l'émergence de cette sociabilité recherchée : la mixité des activités primaires, l'intensité de ces activités, la perméabilité du tissu et la mixité du bâti (Jacobs, 1961; Montgomery, 1998). Ces conditions gagnantes, ou façons de faire la ville, font émerger notamment ce qu'elle appelle le *ballet urbain*, c'est-à-dire une utilisation différée dans le temps et dans l'espace qui favorise les *yeux sur la rue* et rend par conséquent sécuritaires et conviviaux les quartiers. L'âge des bâtiments, et notamment les différentes époques de construction, a également comme rôle d'assurer une forme de diversification dans l'offre de logement, en matière de prix et de typologies, en plus de favoriser l'émergence de nouveaux commerces et entreprises. À cet égard, ses travaux sont fort critiqués, principalement car elle ne prenait pas en considération ce qui allait être appelé la gentrification (Glass, 1964; Zukin, 2010). Ses écrits demeurent néanmoins

très importants dans la littérature et sont encore aujourd'hui parmi les plus cités en matière de principes d'aménagements physiques dans les villes.

En continuité avec ces travaux, sans toutefois entrer dans les principes d'aménagements, Lefebvre (1968) abonde dans le même sens et avance que la configuration idéale d'une ville permettrait de faire émerger un certain nombre de qualités intangibles. C'est ce qu'il appelle l'urbain : «*L'urbain* ne peut se définir ni comme attaché à une morphologie matérielle (sur le terrain, dans le pratico sensible), ni comme pouvant s'en détacher. [...] C'est une *qualité* qui naît de quantités (espaces, objets, produits).» (Lefebvre, 1968 : 79) Il souligne en l'occurrence l'importance de la configuration du cadre bâti en insistant sur la relation entre cet espace physique et les usages et ambiances qui en émergent. Bien que sa critique était faite dans une perspective structuro marxiste et son objection adressée au système capitaliste qui produisait ces espaces dans une perspective fonctionnaliste, elle fait écho aux grands travaux théoriques en urbanisme et études urbaines de cette époque (Paquot, 2009).

L'ensemble de ces recherches, particulièrement celles de Jacobs (1961), ont particulièrement inspiré Montgomery (1998). Il fait en quelque sorte le parallèle entre les deux puisqu'il associe les activités qui prennent place dans la ville à cette atmosphère, ce caractère intangible que Lefebvre (1968) appelle *l'urbain*. Pour lui, les espaces génèrent des activités qui à leur tour génèrent de l'urbanité : «Without activity, there can be no urbanity.» (Montgomery, 1998 : 97) Il fait par ailleurs constamment l'aller-retour entre la notion d'*urbanity* et d'*urban vitality*, sans en faire de réelle distinction (Montgomery, 1995; 1997; 1998). Il met donc un accent particulier sur les activités qui prennent place dans le lieu, au-delà de la qualité physique d'un espace. Dans ses différents écrits, il traite des facteurs pouvant, voire devant, être réunis pour favoriser l'émergence de cette urbanité souhaitée. Il parle de densité, de mixité des usages, de perméabilité du tissu urbain, d'adaptabilité des environnements, de constructions à l'échelle humaine, de contacts et de visibilité au

niveau de la rue, de la qualité des espaces publics, d'un mouvement permanent, de monuments de qualité, d'espaces verts et d'architecture de qualité (Montgomery, 1998 : 103-113). En ce sens, il pousse beaucoup plus loin les travaux de Jacobs en les mettant au goût du jour et en traduisant surtout les considérations nouvelles des sociétés contemporaines. Bien que ces facteurs soient tous d'importance égale, son développement théorique met clairement un accent sur ce qui émerge des lieux, la façon dont les gens se les approprient et les utilisent. D'autres chercheurs ont aussi étudié ces éléments, mais surtout du point de vue des espaces publics et de leurs aménagements. Gehl (2012) montre par exemple comment les éléments du domaine public tel que des sièges, des attrait visuels et des façades dynamiques favorisent l'émergence de liens sociaux. Carmona (2010) s'est quant à lui intéressé au degré de planification de ces espaces et avance qu'au-delà de l'aménagement du domaine public, c'est surtout les commerces limitrophes qui ont un rôle important dans l'animation des espaces publics (Carmona *et al.*, 2008). Dans tous les cas, les auteurs s'entendent pour dire que la qualité des lieux est tributaire de la présence d'autres éléments externes qui viennent contribuer à l'animation des lieux.

Les chercheurs contemporains parlent désormais de qualité urbaine pour qualifier cet effet de synergie. Ces nouvelles réflexions autour des façons « de faire » la ville se sont surtout faites dans une perspective de développement durable (Amphoux, 2003; Da Cunha et Kaiser, 2009; Da Cunha et Guinand, 2014; Pafka, 2013). C'est-à-dire que les décideurs sont confrontés depuis les années quatre-vingt à des pressions sociales et environnementales accrues et les développements doivent être désormais concentrés dans les villes-centres, avec comme corolaire la «densification urbaine». C'est pertinemment parce que la dimension quantitative de la densité est souvent insuffisante pour générer des milieux de qualité que la réflexion sur la dimension qualitative de la ville émerge (Da Cunha et Kaiser, 2009 : 17). Ces derniers évoquent même le «déficit sémantique de la notion de densité.» (2009 : 47)



Ainsi, pour qu'elle soit réussie, cette densité doit réunir un certain nombre d'autres paramètres, et surtout faire plus de place aux usagers de la ville. Da Cunha et Guinand (2014 : 17) nomment carrément deux dimensions d'importance équivalente : «Utilisée sous de multiples acceptions, la notion de qualité urbaine exprime tantôt les qualités d'un espace physique (densité bâtie, diversité architecturale, etc.), tantôt celles d'un espace social (convivialité, densité des relations, etc.)» L'espace physique peut donc, au-delà d'accueillir de façon fonctionnelle les activités humaines, générer des conditions gagnantes qui créeront une forme de qualité urbaine où prendront place de nouveaux rapports et liens sociaux. C'est cet effet synergique qui sera étudié dans la prochaine partie.

#### 1.1.2 L'animation et l'appropriation dans l'espace

La qualité urbaine est un concept complexe qui rejoint plusieurs dimensions, au-delà des espaces construits de la ville. Pour Sallenave (2009:15) elle concerne autant «[l]es relations sociales, la vitalité commerciale et économique [et] la présence publique». Pour certains, elle dépend des points de vue puisque les habitants, les visiteurs, les élus ou les commerçants, notamment, n'ont pas la même vision pour la ville (Bichat et Bouvier, 2009). Pour d'autres, c'est sa capacité à susciter des émotions (Werlen, 2009 : 27). Il ne faudrait donc pas tenter de lui donner une seule version ni l'accabler de critères normatifs. Werlen (2009) souligne aussi l'importance, voire la nécessité, d'élaborer de la qualité urbaine de façon collective, en laissant toute la place aux gens dans la ville. Pour Stébé et Marchal (2011) : «La qualité de la ville réside précisément dans ces rencontres fortuites et ces interactions ordinaires au cours desquelles s'établit l'espace public.» La dimension de la surprise et surtout des possibilités de rencontres prendrait donc une place importante et c'est ce que Lévy (2011) appelle la sérendipité, c'est-à-dire les potentialités non actualisées qu'offrent les villes en tant qu'espace de rencontre. Lévy et Lussault (2003 : 966) avancent même que le volume de rencontre définirait l'urbanité d'un lieu.

Da Cunha et Guinand (2014 : 36) soulignent eux aussi la nécessité de construire la ville pour les usagers et l'importance de maximiser son accessibilité : «La notion de qualité urbaine nous engage ainsi à revenir à une évidence posée comme un postulat : la ville existe pour ceux qui l'habitent et les "champs d'opportunités" qu'elle offre doivent être accessibles à tous.» Ils proposent un cadre d'analyse qualitatif en six volets : qualité formelle, fonctionnelle, d'intégration, environnementale, des usages et des ambiances. La qualité formelle recoupe en bonne partie ce que Jacobs (1961) et Montgomery (1998) ont avancé. Pour ce qui est de la qualité fonctionnelle, il s'agit de mettre en place une mixité des fonctions qui puissent desservir adéquatement l'ensemble des usagers. Pour ce faire, ils proposent notamment de diversifier les types d'usagers, pour diversifier les fonctions (Da Cunha et Guinand, 2014 : 42). Il s'agit en quelque sorte de mettre en place une relation circulaire entre attraction et diversification des fonctions. Ils proposent aussi de favoriser une intégration de qualité, élément qui réfère davantage au contexte architectural et à l'harmonisation du cadre bâti. En matière de qualité environnementale, il s'agit de construire de façon plus éco responsable et de favoriser le verdissement des espaces publics. Tous ces aspects constitueraient en quelque sorte les ingrédients permettant de faire émerger les deux dernières dimensions de la qualité : les usages et les ambiances.

Pour favoriser un maximum d'usages, il faudrait mettre en place une diversité d'aménités structurelles et une qualité dans l'espace public qui permette un confort optimal de ses usagers; puis mettre en place des infrastructures temporaires de façon à dynamiser et modifier l'image associée à certains espaces (Da Cunha et Guinand, 2014 : 46). Finalement la qualité des ambiances réfère à la dimension perceptuelle de la ville propre à chacune : «La qualité des ambiances est alors le résultat global de la synthèse perceptive des volumes, de la lumière, des rapports plein-vide, de la couleur, du végétal, des sons, des odeurs, des mouvements, des aménités, etc.» (Da Cunha et Guinand, 2014 : 48) Il s'agit en fait d'apprécier l'ensemble des composantes du

quartier qui lui donnent un sens, qui favorisent son appropriation par chacun des usagers.

Pour aller au-delà de la connotation très matérielle du terme «densité», d'autres chercheurs utilisent plutôt le terme d'intensité urbaine pour décrire ces conditions ou critères de la ville qualifiée. Paquot (propos recueillis par Chapelle, 2009) résume ainsi le concept d'intensité urbaine : «je suis contre l'idée de densité et je préfère parler "d'intensité urbaine". Ce qui fait le plaisir d'être en ville c'est une certaine intensité de commerces, de services, de parcs, de transports en commun...» Certains chercheurs utilisent quant à eux l'appellation «intensité urbaine» comme «unité de mesure» de l'urbanité (Dekkil, 2009 : 7).

Da Cunha et Kaiser (2009) utilisent eux aussi ce concept dans l'optique de qualifier la ville et mettent de l'avant un certain nombre de bons principes. Ils présentent quatre opérateurs de l'intensité urbaine : diversité fonctionnelle, formelle, des usages et des ambiances. Ils résument ainsi leur position (Da Cunha et Kaiser, 2009 : 37) :

L'objectif recherché est toujours identique : rechercher la qualité urbaine et l'émergence du lien social, réduire les demandes de déplacements et les risques de ségrégation résidentielle en faisant le pari d'une hétérogénéité des morphologies, des ambiances et des activités urbaines permettant de faciliter l'accès des citoyens, de tous les citoyens, aux aménités de la ville à différents niveaux de centralité.

Da Cunha et Kaiser (2009) insistent sur la nécessité de rendre accessibles les espaces urbains, car les nouveaux aménagements sont souvent orientés vers une classe ou un groupe social, au détriment des autres. La qualité urbaine devrait donc être accessible à tous (Da Cunha et Guinand, 2014). Elle ne devrait pas non plus être le reflet unique des sociétés qui y vivent, mais contribuer aux liens sociaux de ses usagers. Cette idée fait écho à celle de Lefebvre qui voulait un milieu urbain qui permettait les échanges et les débats ; c'est-à-dire un espace public dans le sens où l'entend Arendt (1958). Dovey et Wood (2011 : 11) soulignent eux aussi l'importance des lieux de



socialisation non seulement pour utiliser l'espace, mais pour produire des lieux de qualité. L'espace public, dans sa dimension physique, est donc non seulement un support aux activités humaines, mais un espace de rencontre et de création de l'individualité.

Certaines façons de faire la ville seraient également plus susceptibles de faire émerger cette dimension. Amphoux (2003 : 9) avance trois façons de bien faire la densité, ou plutôt de faire accepter cette densité socialement. Pour lui, côtoyant les dimensions de polarité et de mixité, l'intensité permet une meilleure adéquation entre la ville et les usagers de cette densité : «Intensifier la ville, ce sera donc, par des moyens sensibles, intensifier le rapport à la ville, en offrir une meilleure acuité perceptive, renforcer le sentiment d'urbanité ou encore renforcer l'identité du territoire considéré.» Il pose trois thèmes principaux : la qualité architecturale, le caractère minimaliste des interventions et l'adéquation contextuelle de la densité. Il présente aussi l'importance des interfaces puisque ce lien entre l'intérieur et l'extérieur permet «[d']intensifier la relation visuelle et sonore entre les habitants » (Amphoux, 2003 : 11-12).

Après avoir fait une démonstration similaire des limites qualitatives de la densité, Dovey et Pafka (2014) parlent aussi d'intensité urbaine. Pour eux : «intensity is more like the "temperature" of a city, albeit one that cannot be easily measured. Intensity is an emergent effect of the connections, alliances, interactions and differences between the people, practices and built forms» (Dovey et Pafka, 2014 : 72). La densité devient donc une façon de faire, mais l'équation est beaucoup plus complexe et doit tenir compte de certains paramètres additionnels. Pour établir ces connexions, Dovey et Pafka (2014) insistent, à l'instar d'Amphoux (2003), sur l'importance des interfaces, c'est-à-dire le contact entre la vie urbaine et le bâti, les espaces ouverts et les espaces fermés, qui permettent d'accentuer cette qualité urbaine.

### 1.1.3 De l'importance des espaces liminaux

L'interface entre les espaces publics et privés contribuerait à faire accepter cette densité (Dovey et Symons, 2014; Dovey et Wood, 2011; Gehl, Kaefer et Reigstad, 2006). Dans leur recherche, Dovey et Symons (2014 : 37) élaborent une typologie des interfaces basée sur trois paramètres : perméabilité, transparence et retrait. Lorsque réunis, ces trois facteurs permettraient d'accentuer la vitalité urbaine, mesurée par l'intensité et la qualité de ces interfaces (Dovey et Symons, 2014 : 44).

Gehl, Kaefer et Reigstad (2006 : 29) abondent dans le même sens et avancent qu'en raison du rayon de vision limité de l'humain, les rez-de-chaussée constitueraient la partie la plus importante du bâtiment. Au cours de leurs études, ils ont démontré un plus grand achalandage et surtout une plus grande appropriation de l'espace dans les cas où les rez-de-chaussée étaient transparents, accessibles et rythmés. Les façades mornes et fermées contribueraient à l'insécurité urbaine, faisant accélérer les piétons par inconfort, surtout le soir et la nuit. De plus, les interstices, ou les espaces entre les bâtiments et les retraits, favoriseraient l'utilisation ponctuelle des usagers pour, par exemple, parler au téléphone, discuter, ou encore boire son café. Ils accentueraient, de concert avec les façades, l'intensité urbaine. Mehta (2007) dans ses études sur les rues commerciales de Boston arrive aux mêmes conclusions et insiste sur la nécessité de dynamiser les contacts entre espaces ouverts et fermés.

Dans un même ordre d'idée, Montgomery (1997) fait l'apologie des cafés dans les villes en reprenant en bonne partie ces conclusions. C'est-à-dire que les terrasses sur la rue, de même que les façades animées de ces établissements, auraient un certain nombre de bienfaits. En plus d'offrir une visibilité, ils attirent des gens et amènent des *yeux sur la rue*. De plus, en tant que commerce traditionnel et ayant sa fonction propre, le café contribue à attirer bon nombre de clients, à favoriser la rencontre et la socialisation et simplement à créer un mélange plus complexe d'usagers dans la ville.



Au XIX<sup>e</sup> siècle, Sitte avait déjà avancé une bonne partie de ces principes en s'opposant aux travaux fonctionnalistes et hygiénistes mis en place dans les villes à cette époque. Dans son ouvrage intitulé *L'art de bâtir les villes*, il faisait l'apologie des lieux anciens et, à l'instar de Jacobs, critiquait une forme de modernité : «en un mot, l'animation fait défaut [...]. Nous avons donc en grande partie perdu ce qui contribuait à la splendeur des Places anciennes.» (Sitte, 1889/1965) Il avait déjà statué que les aménagements urbains devaient être attirants et surtout, favoriser la surprise. Les recherches sur la qualité urbaine ne sont donc pas nouvelles et elles ont ce point en commun : elles soulignent la nécessité de recentrer l'aménagement des villes sur l'être humain. Une dimension importante s'est toutefois ajoutée depuis : celle du temps.

#### 1.1.4 L'animation et l'appropriation dans le temps

La gestion du temps urbain prend une place grandissante dans la littérature. Bianchini et Greed (1999) soulignent son rôle dans l'amélioration des performances de la ville, notamment sur le plan environnemental. En effet, les premières politiques du temps dans les villes européennes seraient apparues dans l'optique de diminuer la congestion en étalant les heures de pointe et en différant l'usage de certains lieux sur vingt-quatre heures. Ils le définissent même comme une ressource non renouvelable. Ascher (1997) parle quant à lui d'un chrono-urbanisme, c'est-à-dire la mise en place de mécanismes de planification urbaine qui intègrent la dimension du temps. Pour lui, les changements sociaux devraient contribuer à la prise en compte des temps urbains dans la planification des villes, pas seulement en matière d'heures d'ouverture de commerces, mais aussi dans l'optique d'élargir les possibilités d'utilisation de la ville pour tous. S'il ne lie pas directement cette dimension à la qualité urbaine, il l'associe à tout le moins à la qualité de vie des citoyens. Mallet (2014 : 14) l'associe plutôt à une dimension de justice spatiale et sociale. L'accès aux services et la possibilité d'utiliser la ville en tout temps favoriseraient certaines personnes, certains

groupes marginaux. Elle insiste sur la nécessité de planifier le temps et l'adapter aux changements sociaux, car «la société se réalise non seulement dans l'espace, mais aussi dans le temps.» L'une des solutions soulevées par les deux auteurs est celle de la centralité, c'est-à-dire la création de zones accessibles vingt-quatre heures sur vingt-quatre, par tous. En ce sens, Tan et Klaasen (2007 : 701) parlent d'un effet symbiotique entre les différentes fonctions urbaines. Les fonctions tendraient ainsi à se regrouper en fonction des besoins connexes de ses usagers, à toute heure du jour et la nuit. Les secteurs de la ville accessibles par tous apparaissent dès lors tout indiqués afin de favoriser un accès à une multitude de services, vingt-quatre heures sur vingt-quatre au plus grand nombre d'individus.

Par exemple, Campò et Ryan (2008) se sont intéressés à ce sujet dans les villes américaines et ont montré la constitution naturelle des zones de divertissement (*entertainment zone*) qui s'opère dans les quartiers périphériques du centre-ville. Les nuisances y seraient donc concentrées, et les réseaux, notamment de transport, orientés. Cette agglomération de fonctions permettrait donc d'accroître l'accessibilité à cette zone, même la nuit.

Robert et Turner (2005), dans leur étude sur un secteur du quartier Soho à Londres, ont montré les effets bénéfiques de la concentration d'activités nocturnes, notamment de bars et boîtes de nuit, en soulignant toutefois la nécessité de contrôler les débordements et les nuisances associées à ces activités. Il serait également faux de croire que tous les usagers de la ville nocturne présentent un profil similaire et la ville sur vingt-quatre heures devrait tenir compte de cette diversité (Stébé et Marchal, 2010). Il faudrait donc planifier pour le plus grand nombre, sans favoriser un groupe ou un autre.

Des nuances importantes sont toutefois rapportées par Bianchini et Greed (1999 : 203). Pour eux, la planification du temps, ce qu'ils appellent *time-planning*, ne devrait pas être confondue avec la *night-time economy* qui amèneraient un certain

nombre de nuisances et ne régleraient en rien les autres problèmes de la ville. Tan et Klaasen (2007 : 700) insistent sur la dimension mixte des environnements, ou centralités, évoluant dans un environnement 24-7. La pluralité des types d'utilisateurs constituerait donc un bassin important de consommateurs et d'utilisateurs potentiels des infrastructures, même en pleine nuit. L'achalandage créé pourrait même réduire la criminalité et augmenter les profits des commerçants puisque, comme des recherches l'ont démontré, l'absence de commerces et services disponibles tard en soirée, à la sortie des concerts par exemple, force plusieurs usagers à retourner directement chez eux, alors qu'ils auraient souhaité prolonger leur soirée dans le quartier (Bianchini, 1995).

Pour Lavadinho (2009 : 95), la dimension du temps contribuerait pour beaucoup à la création d'intensité urbaine : «pour être appréhendée dans sa fluidité et son évanescence, l'intensité urbaine ne peut être dissociée de sa dimension temporelle [...] des rythmes et des activités qui la sous-tendent, qu'ils soient circadiens, hebdomadaires, saisonniers ou annuels.» Cette dernière s'intéresse au «caractère évènementiel de l'urbain», qui lui permet d'étudier les différents flux en fonction des différentes activités urbaines. En tenant compte de la dimension temporelle et des sous-activités, on arriverait ainsi à avoir un espace urbain mieux géré; sans période de pointe puisque les flux sont répartis dans le temps et dans l'espace. C'est d'ailleurs aussi dans cette perspective que Jacobs (1961) et éventuellement Montgomery (1998), proposaient de diversifier les fonctions urbaines dans un même quartier. Dès lors qu'un quartier est mixte, les usagers se succèdent et remplissent tour à tour les lieux en fonction des heures de la journée. Pour Montgomery (1995 : 106), favoriser le développement de l'économie en soirée demeure une façon d'accentuer les possibilités de transactions sociales. Cet étalement des activités permettrait également une réduction des pointes, entraînant ainsi des bénéfices environnementaux et économiques importants (Lavadinho, 2009; Bianchini, 1995), notamment par la réduction de la congestion et éventuellement des besoins en infrastructures.

Cette répartition plus grande des activités dans le temps peut être faite en utilisant différentes stratégies. En effet, les heures d'ouverture des commerces peuvent être modifiées, tout comme les horaires de travail ou encore des écoles et des institutions, ce qui contribuerait à étaler la demande dans le temps et par conséquent l'achalandage dans l'espace (Bianchini et Greed, 1999).

D'autres chercheurs se sont intéressés à la dimension extraordinaire des temps urbains, notamment festifs. Hughes (1999) par exemple, décrit le processus de revitalisation du centre-ville d'Édimbourg qui s'est fait autour du développement d'une fête du Nouvel An. Les autorités ont donc utilisé un moment où tout le monde fête pour créer un rassemblement et, éventuellement, un intérêt nouveau pour un lieu autrefois délaissé. Pradel (2007) décrit le même phénomène et lui donne le nom de rythmes collectifs. L'image qui se dégage de ces initiatives éphémères contribuerait par conséquent à modifier la représentation que se font les gens de certains lieux. Le fait de vivre une expérience festive, culturelle, ou musicale en un lieu changerait en partie sa vocation et mènerait à une réappropriation pérenne, étalant dans le temps les retombées de cet événement. Il accentue également l'achalandage, la rencontre et les possibilités de socialisation en un temps donné, ce qui, en soi, constitue une forme d'urbanité. Même si l'évènement se déroule dans un laps de temps relativement court, il permet en outre de favoriser le développement d'une forme de qualité urbaine dans un temps plus long. Des dérives seraient toutefois possibles, notamment en matière de privatisation de l'espace et de régulation des temps sociaux (Pradel, 2010)

#### 1.1.5 Synthèse : faire émerger l'intangible par le construit

Le principal constat émergeant de cette recension des écrits est l'interrelation et l'interaction nécessaire entre les dimensions matérielles et immatérielles afin de faire émerger la qualité urbaine. Les premiers chercheurs ont montré comment l'espace construit à lui seul, sans être préalablement réfléchi, ne peut constituer un lieu vécu et approprié. L'utilisation qu'en font les usagers et la perception qu'ils en ont jouent en



effet un rôle de premier plan. Ils ont alors cherché à mettre en place des agencements spatiaux optimaux qui, une fois en place, pouvaient favoriser l'émergence d'une urbanité (Montgomery, 1998; Jacobs, 1961). Plus récemment, les questionnements dans une perspective de durabilité et de densification des espaces urbains ont fait émerger les concepts de qualité urbaine et d'intensité urbaine (Da Cunha et Guinand, 2014; Da Cunha et Kaiser, 2009; Dovey et Symons, 2014). Il s'agit principalement de rassembler un certain nombre de paramètres inter reliés, aussi bien tangibles qu'intangibles. Il faut également prendre en compte la dimension perceptuelle de la qualité urbaine et la manière dont le bâti peut l'influencer.

Un intérêt particulier doit être porté sur les espaces liminaux, c'est-à-dire les façades des bâtiments et les interfaces entre les espaces ouverts et fermés (Gehl, Kaefer et Reigstad, 2006; Dovey et Symons, 2014). Lorsque perméables, ces ouvertures favorisent les yeux sur la rue et le sentiment de confort pour tous les usagers de la ville. Afin de maximiser ce sentiment, l'animation doit tendre à se développer en continu, sur l'ensemble des plages horaires. La mise en place de services sur vingt-quatre heures permet ainsi à tous les usagers d'utiliser la ville en fonction de leurs emplois du temps respectifs. Pour ce faire, on peut notamment agencer ou concentrer les différentes fonctions nocturnes, ou au contraire, favoriser un mix d'usagers qui aurait des horaires, des routines, complémentaires. Les pratiques touristiques peuvent, à cet égard, jouer un rôle puisque, comme nous le verrons, il s'agit d'une activité hors quotidien obéissant par conséquent à ses propres logiques. De plus, la dimension événementielle de la ville, bien qu'éphémère par définition, peut également favoriser un changement d'image de certains lieux, et éventuellement contribuer à l'amélioration à long terme des quartiers. L'industrie touristique a d'ailleurs, comme nous le verrons, fortement misée sur cet aspect au cours des dernières décennies.

## 1.2 Tourisme et pratiques touristiques

*A job is work, but to be a tourist is to have fun.  
Is it legitimate to study fun?*

*Fainstein et Judd, 1999*

Bien qu'il soit relativement ancien, le phénomène touristique ne se développe dans sa forme actuelle qu'après la Seconde Guerre mondiale (Boyer, 1999). Nous ferons toutefois ici l'économie de l'historique du tourisme puisqu'il ne constitue pas notre objet de recherche<sup>1</sup>. Il existe cependant un certain nombre de causes généralement reconnues dans la littérature afin d'expliquer la croissance du phénomène touristique qu'il convient de souligner : l'arrivée des congés payés (Lanquar, 1985; Urry, 1990/2002); l'entrée en service des premiers voyagistes et leurs catalogues de voyages organisés (Cazes et Courade, 2004 ; Équipe MIT, 2005); le développement de groupes associatifs, comme les *boy-scouts* (Urry, 1990/2002; Paquot, 2012); la création d'une classe moyenne et la hausse du revenu disponible (Marques, 2009); «l'affaiblissement du lien social» (Cazes et Courade, 2004); la démocratisation de l'automobile et éventuellement la baisse des prix des billets d'avion (Judd et Fainstein, 1999). Ces causes démontrent de profonds changements sociaux et sociétaux qui ont mené à une plus grande possibilité de s'adonner à des activités touristiques, et dans certains cas la nécessité de le faire étant donné les besoins croissants en matière de loisirs. Dans cette optique, nous verrons d'abord les auteurs qui ont tenté d'expliquer les différents motifs de voyage en parallèle des grands changements sociaux et sociologiques; notamment par le glissement d'une société moderne, fordiste, à une société postmoderne, postfordiste. Nous explorerons ensuite de façon approfondie le phénomène du tourisme urbain qui prend de l'ampleur depuis deux décennies.

---

<sup>1</sup> Pour en savoir davantage sur l'historique du phénomène touristique, voir Boyer, 2005 et Urry, 1990/2002 : Chapitre 2

<sup>2</sup> Dans cette recension des écrits, nous ne faisons qu'effleurer le sujet des typologies de touristes bien

### 1.2.1 Définitions, courants et tendances

Avant toute chose, il convient d'éclaircir la question des définitions. Complexe, le phénomène touristique est fortement interdisciplinaire et chacune des disciplines l'aborde de façon différente (Paquot, 2012). Demen-Meyer (2005) distingue trois catégories de définitions : économique, technique et holistique. Les deux premières font plutôt référence aux données et analyses statistiques, alors que la troisième fait référence à la raison d'être, aux motifs et aux activités liées au tourisme. Nous concentrerons nos recherches sur cette dernière catégorie de définition puisqu'elle permet de comprendre les motifs profonds et par conséquent les impacts et effets éventuels de l'industrie sur les dimensions tangibles et intangibles des milieux.

#### Clarifications

Ainsi, dans cette perspective, des chercheurs ont tenté de comprendre la cause et surtout la motivation principale de ces nouveaux touristes. Pour Urry (1990/2002 : 12), le tourisme se définit par la distinction marquée entre l'ordinaire et l'extraordinaire. Cette distinction entre le quotidien et le hors-quotidien peut s'opérer de différentes façons, mais c'est principalement le déplacement (Lussault, 2007), la mobilité, qui y contribue : «Se déplacer, c'est, [...], "mettre en cause" ses propres repères, culturels, bien sûr, comme la langue, mais aussi géographiques, en particulier ce que l'on sait des lieux.» (Lazzarotti, 2001 : 284) L'altérité va au-delà du visiteur et du lieu puisque tout ce qui fait le lieu est susceptible de susciter de l'altérité (Équipe MIT, 2002 : 84) :

Le différentiel entre les lieux peut être qualifié de manière variée : différentiel entre des modes de vie, entre les modernités, différentiel induit par la rupture entre quotidien et hors quotidien. Plus précisément quelles sont les caractéristiques des lieux, leurs formes, leurs fonctionnements et les personnes qui s'y trouvent : autochtones et touristes peuvent introduire une altérité.



Ces différents niveaux d'acceptation donneront naissance, dans certains cas, aux enclaves touristiques qui permettent de retrouver le confort et les repères de la maison dans un contexte où tout est étranger, permettant aux visiteurs de répéter des « rôles connus » (d'Hauteserre, 2009 : 288). Dans certains cas, on minimise au sein même de l'attrait touristique, une ville ou un quartier par exemple, toutes différences susceptibles de déstabiliser à outrance le visiteur, pour le rendre plus confortable et le protéger de toute source de stress (Gravari-Barbas, 1998). Malgré cette standardisation apparente à l'échelle globale, ce que cherche le touriste, sa raison d'être, c'est malgré tout cette différence, laquelle persiste à des degrés divers et choisis (Lacarrière, 2006). La façon et le niveau d'altérité recherchés par les différents visiteurs changeront toutefois en fonction des motifs et des motivations de chacun. De nombreux chercheurs se sont d'ailleurs penchés sur ces questions (Équipe MIT, 2002)

#### 1.2.1.1 Motifs et typologies

Dans les années soixante-dix, fortement inspiré des travaux de Boorstin (1961), MacCannell (1973, 1976) s'intéresse aux motifs ontologiques de l'activité touristique, à ce qui le motive à affronter cette altérité. Il considère l'activité touristique comme l'équivalent moderne du pèlerinage, mais dont l'objet devient la quête d'authenticité. Puisque cette authenticité véritable se trouve où le touriste n'a pas accès, dans un *backstage*, en opposition au *frontstage*, cette authenticité n'existe pas; à partir du moment où le visiteur accède au *backstage*, l'hôte en prend conscience et change son comportement, rendant impossible toute expérience authentique.

Avec la pensée postmoderne évolue également l'étude sur le tourisme. Cohen (1979), bien que fortement inspiré des travaux de MacCannell, introduit certaines nuances. Contrairement à ce que MacCannell avance, l'authenticité ne serait recherchée que par un certain nombre de touristes, alors que d'autres y seraient complètement indifférents. L'intensité de cette quête serait déterminée par le niveau d'aliénation de



chacun (Cohen, 1988 : 376). Il divise les visiteurs en cinq types selon l'intensité de leur quête : *diversionary, recreational, existential, experimental, experiential*. C'est d'ailleurs à cette époque que les tentatives de classification et de création de typologies de pratiques touristiques apparaissent et se multiplient. Une rupture s'établit alors entre cette vision ancienne et univoque du touriste et la tentative de dresser des profils de visiteurs et de pratiques (Uriely, 2005 : 205).<sup>2</sup> D'autres adaptations ont par ailleurs été faites pour refléter les changements dans les pratiques touristiques à travers le temps. Wickens (2002) montre par exemple dans ses travaux comment les visiteurs pratiquent les lieux de différentes manières en fonction de ce qu'ils recherchent. Certains seraient en quête de romantisme et d'autres de culture.

Wang (1999 : 365), soucieux de faire passer le concept d'authenticité dans la postmodernité, va plus loin et avance que ce n'est pas exactement l'objet qui est visité qui importe, mais la dimension expérientielle : «even if toured objects are totally inauthentic, seeking otherwise is still possible, because tourists can quest for an alternative, namely, existential authenticity to be activated by tourist experience.» Il accorde également une grande importance aux dimensions inter et intra personnelles de l'expérience touristique. Olsen (2002) avance pour sa part que le touriste est lui-même conscient de son rôle. Au cours d'un même voyage, il chercherait tantôt à fuir certains comportements, tantôt à se rapprocher d'autres. Le rapport à l'authenticité serait donc beaucoup plus complexe que celui présenté par d'autres auteurs. MacCannell (2001) abonde dans le même sens en décrivant ce qu'il appelle la deuxième *gaze*. C'est-à-dire qu'en plus de vouloir consommer des signes, le touriste

---

<sup>2</sup> Dans cette recension des écrits, nous ne faisons qu'effleurer le sujet des typologies de touristes bien qu'il existe une vaste littérature sur le sujet. L'analyse des grands courants de pensée nous permet de dresser les balises générales ayant servies à leur élaboration, rendant superflue l'énonciation de l'ensemble. Les auteurs principaux cités dans ce chapitre nous ont toutefois permis de cibler les éléments à mesurer et éventuellement à mieux guider notre recherche. Cependant, puisque l'objectif n'est pas de proposer une nouvelle typologie, nous nous sommes limités aux quelques exemples les plus innovants pour baliser nos travaux. Par ailleurs, pour une recension des écrits exhaustive sur le sujet, voir Coccossis et Constantoglou (2006).

voudrait comprendre comment chacun des différents signes a été mis en scène afin qu'il puisse le consommer (MacCannell, 2001 : 36).

Le terme *gaze* provient du concept de *tourist gaze*, élaboré par Urry (1990/2002). Le visiteur ou touriste ne chercherait donc pas une forme d'authenticité, mais bien des signes et symboles. En s'engageant dans l'activité touristique, ce qu'il nomme le *post tourist* comprend qu'il n'est pas dans la «vraie vie», et ne chercherait par conséquent pas nécessairement ce qui est authentique. Il chercherait plutôt à *voir* un certain nombre de choses, parfois ce qu'on lui incite à regarder, mais principalement ce qu'il connaît des lieux, notamment par l'image qu'il s'en est faite avant de voyager. Urry insiste sur deux points importants : le tourisme naît du contraste entre l'ordinaire et l'extraordinaire et il s'agit avant tout d'une activité de consommation. Cette activité serait d'autant plus agréable qu'elle n'en serait pas une quotidienne, et différerait par conséquent (Urry, 1990/2002).

Un certain nombre d'auteurs font état des changements dans les modes de consommation; Urry (1990/2002) parle d'un *post-tourism* et Poon (1993) d'un changement entre le *old tourism* et le *new tourism*. Les modèles de consommation seraient passés de fordistes, à postfordistes; de standardisés à individualisés. L'activité touristique deviendrait dès lors plus différenciée en fonction des besoins – et du bagage – de chacun; les forfaits tout inclus feraient place à des forfaits personnalisés et à un plus grand nombre de voyageurs individuels.

D'autres chercheurs vont plus loin et avancent que, non seulement la consommation deviendrait-elle plus que jamais personnalisée, mais l'activité touristique serait moins extraordinaire et la différence entre les activités de consommation quotidienne et hors quotidien s'atténuerait (Shaw et al. 2000 : 267). Les nombreuses possibilités de loisirs dans le quotidien rendent inutiles le déplacement dans une optique unique de divertissement : « nous pouvons être touriste chez soi, dans sa propre ville ou à l'étranger» (Pronovost, 2012 : 222). Munt (1994 : 104) abonde dans le même sens :

«tourism is everything and everything is tourism». Les pratiques professionnelles, notamment, combinées à l'augmentation de la mobilité de façon générale favorisent une explosion des motifs de visite et de déplacement (Équipe MIT, 2002).

#### 1.2.1.2 Plus qu'un déplacement

Le tourisme ne devient dès lors qu'une forme de mobilité parmi tant d'autres (Darbellay et Stock, 2012). Pour Harrison (2003) et l'Équipe MIT (2002), il existerait cependant un certain nombre de différences entre les mobilités touristiques et les autres : la principale étant d'avoir un lieu de résidence où le touriste peut retourner, contrairement aux migrants transnationaux. Par contre, tout comme les migrants, les touristes voyagent souvent et dépensent beaucoup d'énergie et de ressources, émotionnelles notamment, dans leurs voyages. Le fait de voyager et se déplacer plus souvent change aussi les façons de faire avec les lieux et contribue à développer plusieurs attachements, voire à associer certaines fonctions à différents lieux (Williams et McIntyre, 2012); c'est ce que Stock (2005) appelle l'habiter *polytopique*. Ces spécialisations topiques mènent évidemment à des usages différents, selon les visiteurs, tous porteurs d'un «habitus mobilitaire» qui leur est propre et qui dicte leur façon d'aborder un lieu (Stock, 2001). Les pratiques touristiques individuelles seraient donc dictées par le bagage – culturel, émotif et personnel – de chacun.

Par exemple, des chercheurs ont démontré la relation entre la durée du séjour et l'aisance, voire la témérité, de certains touristes en un lieu donné. Les gens séjournant pour plusieurs jours, voire plusieurs semaines en un endroit, finissent par explorer davantage et sortir des sentiers battus (McIntyre et Williams, 2012; Uriely, 2005; Shaw et al., 2000). Le nombre de voyages en un même lieu influe également sur les pratiques des gens, puisque le plus souvent un visiteur retourne en un lieu, le plus il est porté à se loger et à visiter des quartiers hors des circuits touristiques (Maitland, 2008). Shaw et al. (2000) montre aussi comment l'âge et les moyens financiers

peuvent influencer certaines pratiques, comme c'est le cas par exemple du choix d'hébergement, fortement influencé par des préférences de confort et de coût.

### 1.2.1.3 Le tourisme et la postmodernité : individualisation des pratiques touristiques

Munt (1994) synthétise l'ensemble des caractéristiques du tourisme postmoderne en trois points : 1) flexibilité et personnalisation de l'expérience; 2) continuité avec le quotidien; 3) valorisation de la différence (écotourisme, tourisme culturel, patrimonial, etc.). Ces principaux traits mèneraient à une volonté de différenciation accrue par rapport aux autres touristes (Munt, 1994 : 119). Les pratiques touristiques reflèteraient donc le profil des visiteurs et surtout, la volonté de se distinguer des classes, ou groupes, perçus comme inférieurs. Fortement inspiré par la théorie de la distinction de Bourdieu (1979), Munt (1994) insiste sur le caractère marchandisé<sup>3</sup> des pratiques touristiques et sur les biens, services et symboles qui, une fois consommés, permettent un gain en capital culturel.

Si Urry reconnaît également que l'acte de voyager fasse partie de ce processus d'acquisition de capital culturel: «if people do not travel they lose status : travel is the marker of status.» (Urry, 1990/2002 : 5) et que McIntyre et Williams (2012) abondent dans le même sens, d'autres, notamment Munt (1994) et Harvey et Lorenzen (2006 : 24), avancent que c'est le comportement et les interactions, au sein même de l'activité touristique, qui témoignent d'un statut et qui le légitiment. Harvey et Lorenzen (2006) notent cette forme de consommation distinguée et s'étonnent de l'absence de considération de la part de la communauté scientifique pour la séparation des classes en tourisme. Ils proposent en somme d'étudier l'activité touristique de la même façon que sont étudiées les activités de consommation régulières. Ainsi, Harvey et Lorenzen (2006) parlent-elles, non pas d'un *post-tourist*, mais d'un *co-tourist* pour lequel la dimension sociale et les espaces relationnels prennent de plus en plus d'importance.

---

<sup>3</sup> Le terme anglais *commodification* et son adjectif *commodified* n'a pas de traduction française officielle, nous utiliserons par conséquent le terme marchandisation et le néologisme marchandisé



Urry (1990/2002) avait quant à lui introduit deux types de *gaze* qui vont dans le même sens que Harvey et Lorenzen (2006) : le romantique et le collectif. C'est-à-dire la distinction entre le fait d'apprécier, de regarder, en groupes ou de façon plus intime. Uriely (2005) avance que les visiteurs ne correspondent pas systématiquement à l'un de ces types, puisqu'ils peuvent très bien se comporter de différentes manières à des moments différents de leur voyage et par conséquent correspondre aux deux définitions. Les deux *gazes* de Urry n'envisageaient que très peu cette idée, alors que le *co-tourist* de Harvey et Lorenzen (2006) en tient compte.

En contrepartie, Lussault (2007 : 342) aborde la question touristique comme une construction du soi davantage que collective et sociale. L'expérience touristique permettrait donc d'acquérir un certain nombre de choses, de se construire individuellement, sans rapport manifeste à l'autre. Stock (2005) aussi, tel que mentionné dans la partie précédente, avance que l'expérience touristique serait avant tout individuelle. Avec son concept d'«habitus mobilitaire», chaque individu serait porteur d'une façon de voyager et de pratiquer l'espace touristique.

Ces courants de pensée ont donc tenté, à différentes époques, de transposer les réalités sociales aux pratiques touristiques passant de : 1) un acte spirituel de masse (MacCannell, 1973; 1976); 2) une variation de l'intensité de cette quête en fonction du niveau d'aliénation (Cohen, 1979; 1988); 3) une authenticité socialement construite (Wang, 1999); 4) relative à chacun (Olsen, 2002) et 5) puis à la consommation de signes (Urry, 1990/2002). L'intérêt de ces recherches est dans le perfectionnement qu'apporte chacune d'elles (Uriely, 2005 : 210).

Par ailleurs, les chercheurs semblent s'entendre sur l'absence de différenciation entre les pratiques touristiques et la vie de tous les jours. À cette assertion se joint une plus grande marchandisation des signes, symboles et lieux, et l'activité touristique apparaît dès lors comme un acte de consommation. S'opèrerait alors un mécanisme de production de capital culturel, au sein duquel se mettent en place des processus de

différenciation des groupes sociaux (Munt, 1994; Shaw et *al.* 2000; Harvey et Lorezen, 2006). Les pratiques touristiques dépendraient ainsi de chacun des individus et ne peuvent être systématisées. Ces pratiques changeraient également en fonction de lieux visités puisqu'on assisterait à une forme de spécialisation topique des destinations. L'habitus porté par chaque visiteur, tout comme les paramètres socioéconomiques, influeraient ainsi sur les façons de pratiquer les destinations; ou dans le cas qui nous intéresse, la ville.

### 1.2.2 Tourisme urbain et mise en tourisme de la ville

Si le terme tourisme urbain fait l'objet de nombreuses discussions, le phénomène est en forte croissance depuis les années quatre-vingt (Ashworth et Page, 2010). Dans la littérature, il s'agit également d'un thème récurrent et largement étudié, qui ne fait toutefois pas l'objet de consensus. Nous aborderons donc dans un premier temps la question des définitions du tourisme urbain et les façons d'aborder le concept, puis les différentes tendances de développement qui lui sont associées. Nous verrons également quelles stratégies de mise en tourisme ont été employées par différents organismes publics dans les dernières décennies.

#### 1.2.2.1 Tourisme urbain : flou conceptuel et difficultés d'approche

Malgré l'intérêt nouveau pour le «tourisme urbain», le phénomène en soi ne serait pas pour autant récent (Law, 1992; Stock et Lucas, 2012; Kadri, 2007). Les villes ont toujours été des lieux de convergence et de correspondances qui attirent un certain nombre de visiteurs aux motifs très différents. Cazes et Potier (1996 : 9) soulèvent d'emblée la difficulté de jumeler les deux concepts que sont le tourisme et l'urbain puisqu'ils sont eux-mêmes difficilement définissables. Ils retiendront la définition suivante : tous les gens séjournant pour plus de vingt-quatre heures en un lieu et parcourant plus de cent kilomètres pour se rendre dans une agglomération de plus de vingt-mille habitants.

Pour Ashworth et Page (2010) aussi un certain nombre de défis conceptuels se posent. Ils mettent de l'avant trois éléments compromettant la compréhension du phénomène : 1) tous les touristes, même ceux *a priori* non urbains, utilisent les infrastructures urbaines. Il faudrait donc distinguer le touriste qui visite la ville et celui qui utilise les infrastructures situées dans la ville (aéroports, gares, hôtels, etc.); 2) la densité des activités favorise la diversité des motifs de visite, rendant par conséquent difficile la création de profils de visiteurs en fonction de leurs motivations; 3) les itinéraires sont très variés et inscrivent souvent la ville dans un voyage plus long encore, comprenant souvent d'autres destinations (Ashworth et Page, 2010 : 7). Si ces tendances reviennent souvent dans la littérature, certaines sont contredites. Cazes et Potier (1996) avancent par exemple que 80% des séjours seraient purement urbains. Dans le même ordre d'idée, Ashworth et Page (2010 : 2) soulignent les limites mêmes de l'expression: «Adding the adjective *urban* to the noun *tourism* locates an activity in a spatial context but does not in itself define or delimit that activity.» Il parle davantage de *city tourism*, ou de tourisms – ou touristes – dans la ville.

L'étude de ces pratiques touristiques est par conséquent très difficile à isoler du fait de leur utilisation éclatée des espaces urbains (Ashworth et Page, 2010). Comme le souligne Pearce (2001 : 927), une ville peut accueillir différentes activités touristiques, notamment de transit, de visite familiale, de destination, etc. Cette complexité a mené, selon Pearce (2001), à une analyse partielle et à un manque constant dans les études portant sur le tourisme urbain. Il propose par conséquent d'analyser en parallèle l'offre et la demande touristiques des quartiers et des villes mises en tourisme. Il insiste sur la nécessité d'inter relier les différentes échelles, en consacrant toutefois une attention particulière sur les quartiers afin de bien comprendre les mécanismes et comportements touristiques, notamment dans les manières de faire avec l'espace. Cette échelle d'analyse nous permet de comprendre plus précisément les manières de



pratiquer l'espace et c'est d'ailleurs pourquoi nous avons retenu deux quartiers dans le cadre de cette recherche.

Pour Duhamel (2007), l'attrait des métropoles et de ses quartiers serait triple : elles se renouvèlent en permanence, elles ont une grande vitalité commerciale, et elles permettent aux visiteurs de tous types de trouver ce qu'ils veulent. Ashworth et Page (2010) soulignent eux aussi la capacité de renouvellement comme étant l'un des atouts principaux des villes sur les autres destinations. Pour Pearce (2001 : 927), la ville en tant qu'attraction touristique bénéficie de quatre principales qualités : 1) des densités de population, d'activités, de bâti et de fonctions; 2) une hétérogénéité culturelle et sociale; 3) une mixité économique et 4) une centralité physique et un haut-niveau de connectivité. Law (1992) souligne également l'importance de la densité d'activités, mais avance surtout l'importance de l'accessibilité entre ces activités, notamment par la marche, comme facteur déterminant du développement touristique.

À cet égard, Knafo (2007) souligne deux paradoxes. D'abord, le discours ambiant est surtout anti urbain alors que les villes n'ont jamais été autant visitées. De plus, la majorité des touristes urbains dans les quartiers centraux serait en fait des périurbains. À ce dernier point, il ajoute : «Visiter touristiquement une ville, c'est-à-dire principalement un centre de ville, c'est donc trouver ou retrouver un accès à la centralité.» (Knafo, 2007 : 13) Les visiteurs voudraient donc vivre comme un urbain pour une courte période, en revenant au centre.

Généralement, la littérature sur le sujet nous montre que les villes se démarquent des autres destinations en raison de la densité des activités qu'elles offrent, leur connectivité, leur centralité et leurs richesses intrinsèques. Ce n'est donc pas un hasard si l'essentiel de cette croissance se déroule dans les quartiers centraux. Cazes et Potier (1996) soulignent d'ailleurs «le renouveau du cadre urbain» comme l'une des causes. Les changements économiques mondiaux survenus dans les années soixante-dix ont mené à de profonds bouleversements au cœur de la ville et



expliquent en bonne partie la métamorphose des quartiers; l'industrie touristique bénéficie de ces processus de requalification, mais dans certains cas elle en est aussi le moteur (Judd et Fainstein, 1999; Fainstein, Hoffman et Judd, 2003). Comme ce fut le cas par exemple dans le Vieux-Montréal (Drouin, 2009a). Comme Pearce (2001) le soulignait, il est important de comprendre à la fois les pratiques touristiques et les stratégies de mise en tourisme; la demande et l'offre. Ainsi, après nous être penchés sur le volet de la demande, en d'autres mots ce qui guide les pratiques touristiques et comment elles se manifestent, la prochaine partie se consacre à l'offre, en l'occurrence les stratégies de mise en tourisme utilisées par les villes au cours des dernières décennies.

#### 1.2.2.2 Ville postindustrielle : le tourisme comme stratégie de développement économique et urbain

Suite à la désindustrialisation des années soixante-dix, les espaces productifs des villes occidentales, généralement positionnés au cœur des agglomérations, laissent de vastes espaces, voire des quartiers entiers, à l'abandon (Cazes et Pothier, 1996). Les administrations municipales mettent alors en place deux stratégies principales de réinvestissement. D'une part des projets d'élargissement de l'hypercentre qui visent à agrandir le cœur des villes (Ananian, 2015) et d'autre part des stratégies de mise en tourisme. C'est donc à partir de ce moment que se consolide l'industrie touristique dans les villes. Law (1992) avance deux raisons principales pour expliquer ce développement dans les quartiers centraux : la désindustrialisation ayant rendue nécessaire l'attraction des capitaux pour créer de l'emploi et réaffecter les bâtiments à l'abandon; et les faibles coûts de développements de l'industrie touristique déjà en pleine croissance qui faisaient de ce secteur un des plus avantageux à court terme. Harvey (1989 : 4) avance sensiblement la même chose : «urban governments had to be much more innovative and entrepreneurial, willing to explore all kinds of avenues through which to alleviate their distressed condition and thereby secure better future

for their populations.» Le tourisme est l'une de ces façons de faire qui est d'autant plus intéressante pour les gouvernements qu'elle constitue une entrée de devises, au même titre qu'une activité exportatrice (Cortés-Jiménez et *al.*, 2009). Cazes et Potier (1996) introduisent cependant une importante nuance et parlent plutôt du tourisme dans la ville comme d'un catalyseur de développement plutôt que d'un moteur.

Pour Harvey (1989), ce serait surtout les effets multiplicateurs qui auraient poussé les villes à développer cette industrie. Par contre, en raison des coûts de transport en diminution, et parce que toutes les administrations municipales ont saisi l'opportunité de développement qu'offrait le tourisme, les villes seraient en compétition croissante. Leur statut de ville touristique serait donc menacé en permanence, les poussant constamment à innover et renouveler leur offre (Law, 1992 : 615). Il en va de leur position dans la hiérarchie des villes mondiales (Fainstein et Gladstone, 2004). C'est ce que Kadri et Pilette (2011 : 12) qualifient de «ice cream economy», c'est-à-dire cette tendance à l'obsolescence et la nécessité pour les villes de toujours diversifier leur offre, sans quoi elles verraient leurs recettes fondre.

Ce ne serait toutefois pas nécessairement l'industrie touristique en soi qui intéresse les décideurs, mais l'image qu'elle permet de créer (Cazes et Potier, 1996). C'est d'ailleurs souvent dans cette optique que les villes développent le tourisme : elles veulent projeter une image de ville dynamique, qui permettra éventuellement d'attirer des investisseurs ou une classe créative (Florida, 2002). Pour Judd (1999 : 37) cette dimension de l'image et de la réputation apparaît pour le moins ironique puisque toutes les villes auraient tendance à se «vendre» comme romantiques, historiques et nostalgiques, et qu'à force de mettre en marché des images s'apparentant, les villes finiraient par toutes se ressembler. Zukin (2010) souligne le même phénomène. Les quartiers qui attiraient jadis les visiteurs pour leur authenticité continuent de les attirer, mais ce qui faisait leur âme est disparu au profit d'une urbanité mondialisée qui est désormais reconstruite comme authentique par les discours ambiants.

Plusieurs chercheurs évoquent notamment les stratégies en lien avec la culture mises en place dans l'optique de redynamiser les centres. Fainstein et Gladstone (2004 : 127) soulignent à cet égard le rôle d'image de marque des lieux touristiques et le caractère extraordinaire que doivent offrir les destinations pour être en mesure d'attirer des gens. Zukin (1999 : 826) exprime bien toute la complexité du phénomène :

[...] cultural strategies of redevelopment also reflect the growing importance, in all mature urban centres, of a symbolic economy based on such abstract products as financial instruments, information and culture, - art, food, fashion, music and tourism. The symbolic economy is based on the interrelated production of such cultural symbols as these and the spaces in which they are created and consumed including - offices, housing, restaurants, museums and even the streets.

Comme elle l'exprime, ce dynamisme culturel prend plusieurs formes : des musées (Hamnet et Shoval, 2003), des festivals (Gravari-Barbas, 2007), ou même des événements sportifs (Gras, 2007). Ces nouvelles infrastructures et aménités seraient surtout concentrées en trois lieux : les fronts d'eau, les quartiers historiques et les centres commerciaux (Kadri et Pilette, 2011). Fainstein et Judd (1999 : 262) recensent quant à eux trois types de milieux urbains généralement mis en tourisme : les villes-stations touristiques, les quartiers touristiques historiques et les villes converties au tourisme.

Le développement touristique dans les quartiers centraux des métropoles mondiales ne s'est donc pas fait uniquement dans une optique d'amélioration du cadre de vie, comme l'avançaient certains chercheurs (Law, 1992). Il s'inscrirait plutôt dans une perspective plus large de production d'images et de symboles face à la compétition grandissante entre les villes. Cette volonté de contrôler l'image, de projeter le meilleur de chaque ville est dénoncée par certains chercheurs (Gravari-Barbas, 1998) puisqu'elle peut conduire à l'esthétisation des espaces et dans certains cas à l'homogénéisation de l'urbanité.

### 1.2.2.3 Esthétisation et enclavement

Ainsi, face à la nécessité d'un changement d'image, les villes industrielles, perçues comme mornes et grises, ont beaucoup misé sur le développement de la fonction festive. Si ces tentatives de développement servent bien sûr à tous les usagers, et que les développements des quartiers peuvent être vus d'un bon œil par tous, Gravari-Barbas (1998 : 177) ne croit pas à la bonne volonté des élus et estime que ce sont surtout les préoccupations économiques qui guident ces stratégies de mise en valeur. Si elle estime que les nouveaux visiteurs portent un intérêt marqué pour les ambiances et les choses urbaines, elle souligne également l'importance de la valorisation esthétique, notamment mise en place dans l'optique de diminuer l'altérité à laquelle pourrait être confronté le visiteur. Cette façon de faire passe pour beaucoup par une nouvelle signalétique dans la ville. Cet affichage permettrait notamment d'optimiser la visite du touriste en pointant aux visiteurs ce qui doit être vu et comment s'y rendre le plus vite possible (Gravari-Barbas, 1998 : 185). Pour Coëffé et Violier (2008 : 9) il s'agirait de constituer un sas formant «un langage géographique commun, partagé, qui facilite l'exploration du Monde».

Fainstein, Hoffman et Judd (2003 : 5) avancent que cette spécialisation des espaces mène à la création d'enclaves touristiques. C'est-à-dire des espaces qui présentent un intérêt uniquement pour les visiteurs. C'est ce que Fainstein et Judd (1999) appellent les villes converties au tourisme; dont New York, et son *Times Square* fait partie. Dans une même ville évolueraient donc deux types d'espaces : les lieux touristiques et les lieux apparaissant hostiles aux pratiques touristiques. Ce qui les caractériserait ne serait pas nécessairement la séparation physique avec la ville, mais l'absence d'autres usagers qui y vivent leur quotidien (Judd, 1999). Les espaces mis en tourisme auraient donc invariablement un certain nombre de caractéristiques communes (Fainstein et Judd, 1999 : 269):



the main spatial effect of tourism is to produce spaces that are prettified, that do not involve in manual labour (except when engaged in historical re-enactment or entertainment), that exclude visible evidence of poverty, and that give people opportunities for entertainment and officially sanctioned fun.

Pour Lucas (2014), les études faisant état de la création des enclaves sont beaucoup trop axées sur les dimensions matérielles, physiques et construites de la ville. Il avance qu'une majorité de ces zones est fréquentée par plusieurs usagers, notamment des résidents, et ne constitue pas, par conséquent, des enclaves; il y aurait certes une porosité, mais pas de barrières physiques. Il avance également l'ampleur du phénomène touristique dans les quartiers résidentiels, reflétant la volonté de vivre comme un habitant local. Pour Lucas (2014) ce serait avant tout la concentration de touristes qui permet de catégoriser un lieu comme touristique et il s'agit surtout d'une question de perception, rendant difficile toute délimitation claire. Pour lui, c'est plutôt la pratique différenciée des lieux par les visiteurs qui marquent leur présence, et non pas leur usage exclusif. Tout quartier accueillant des pratiques touristiques deviendrait donc un quartier touristique; nul besoin de mettre en place une signalisation ou encore des attrails muséaux ou institutionnels.

Dans le même ordre d'idée, les redéveloppements touristiques se sont souvent dirigés vers les ports et les friches industrielles laissées vacantes par la baisse de l'économie industrielle. Pour Gravari-Barbas (2007 : 55) : «l'évènement sert à les décroisonner, souvent à les "vendre" à des utilisateurs ou à des fonctions nouvelles». Selon elle, la fonction festive constitue un des moyens principaux utilisés pour modifier l'image de certains lieux et c'est dans cette optique qu'elle serait utilisée le plus souvent. L'industrie touristique n'est donc pas le seul moteur de redéveloppement de ces espaces, bien qu'elle ait un rôle à jouer dans le déploiement de cette fonction festive.

En réalité, les stratégies d'animation des centres s'inscrivent dans cette idée de la ville sur vingt-quatre heures, qui va bien au-delà de la mise en tourisme des quartiers (Lavadinho, 2009). Gravari-Barbas (2007) avance notamment que le tournant festif

des villes se spatialise par les parcours lumière, tout comme par le retour des fonctions ludiques : bars, restaurants, boîtes de nuit. Cette vitalité, ou du moins l'impression qui en émerge, forme «l'image d'une ville qui bouge et qui ne s'arrête pas ni pendant la basse saison ni pendant la nuit, [qui] est dans l'imaginaire touristique une donnée importante qui intervient dans le choix de la destination.» (Gravari-Barbas, 2007 : 72) Pour Fainstein, Hoffman et Judd (2003) en revanche, le choix de la destination serait plutôt influencé par une machine globale formée de grandes entreprises multinationales, notamment les compagnies aériennes et d'hôtellerie, et non pas nécessairement par cette image.

Ce ne serait donc pas les pratiques touristiques directement qui contribueraient à l'enclavement des quartiers ou de certaines zones. Ce serait plutôt les stratégies de mise en tourisme, par les techniques d'esthétisation et le développement intensif de la fonction ludique, qui mèneraient à cet enclavement (Gravari-Barbas, 1998; Fainstein, Hoffman et Judd, 2003; Pradel, 2010). L'image générée par un quartier vibrant, festif et sécuritaire influencerait le choix de la destination (Gravari-Barbas, 2007) et permettrait d'attirer la classe créative (Florida, 2002). Cette dernière assertion mérite toutefois d'être nuancée puisque d'autres chercheurs ont montré que cette catégorie socioéconomique ne se localisait pas nécessairement dans ces quartiers centraux (Ananian, 2014a). Pourtant, pour Lucas (2014), les quartiers touristiques ne sont pas tous enclavés; tout dépendrait des pratiques touristiques observables. D'ailleurs, comme nous le verrons dans la prochaine partie, les nouvelles tendances d'étalement des pratiques touristiques dans les quartiers périphériques sèment un doute quant à l'adéquation entre l'offre et la demande : les stratégies de mise en tourisme sont-elles appropriées aux pratiques touristiques réelles des visiteurs?

#### 1.2.2.4 Développement dans les quartiers

Le développement des pratiques touristiques dans les quartiers périphériques ne constituerait cependant qu'une partie de l'offre touristique urbaine, et tous les

visiteurs ne seraient pas enclins à quitter les quartiers mis en tourisme. En effet, cette tendance à sortir des circuits traditionnels nécessiterait une forme de témérité, ou de curiosité, émergeant généralement après un certain nombre de jours passés en un lieu et après un certain nombre de voyages en un même lieu. Les visiteurs qui se rendent pour une deuxième fois, ou plus, dans une même ville, ou qui ont visité l'ensemble du circuit touristique, car ils passent plusieurs jours en un même lieu, auraient plus tendance à visiter les quartiers périphériques (Cazes et Potier, 1996). Les motifs de visite seraient par conséquent différents. Maitland (2008 : 15) montre, en documentant le cas londonien, qu'un nombre croissant de visiteurs serait davantage attiré par les quartiers gentrifiés qui proposent des commerces et une vie urbaine trépidante que par les icônes touristiques traditionnelles.

Les quartiers industriels, ethniques et ceux en marge des circuits touristiques habituels feraient également l'objet d'un intérêt nouveau (Huning et Novy, 2006). Elles donnent l'exemple de Harlem, à New York, et avancent que le type de tourisme aurait largement contribué à la marchandisation du quartier et de la culture afro-américaine, au point de faire craindre sa dilution. En fait, cette mise en tourisme graduelle a été suivie d'un redéploiement résidentiel important qui aurait fait disparaître peu à peu l'attraction initiale du quartier (Zukin, 2010); le changement d'image associé à la mise en tourisme a dans ce cas-ci contribué à le rendre attractif pour les investisseurs (Huning et Novy, 2006 : 10). En contrepartie, elles présentent le cas du quartier Kreuzberg à Berlin au sein duquel la cohabitation se fait beaucoup mieux. Elles soulignent notamment les différences observables entre les pratiques touristiques :

Some tourism practices, particular when not confined to the interior of coach busses, are less exploitive, allow for two-way interaction, and clarify that residents are not inevitably powerless tourist objects, but rather can also represent subjects engaged with their environment that are able to influence the tourist practices around them.



Dans le cas de Berlin par exemple, il semble y avoir un plus grand nombre de touristes qui voyagent seuls, et un certain nombre de différences quant aux modalités de développement de ce tourisme (Hunin et Novy, 2006) qui serait moins intensif, plus axé sur la qualité de la ville elle-même plutôt que ses aménités et infrastructures. Il existe toutefois des risques à l'étalement des pratiques touristiques dans les quartiers, notamment celui de la *gentrification touristique*. Il s'agit d'un phénomène documenté par Fox Gotham (2005) pour exprimer les changements dans le quartier du Vieux-Carré à la Nouvelle-Orléans. Il s'agit en fait de montrer les différents impacts que peut avoir la mise en tourisme intensive sur certains quartiers.

#### 1.2.2.5 Gentrification touristique

Le concept de gentrification touristique, relativement récent (Fox Gotham, 2005), gagne en popularité à mesure que les pratiques touristiques s'étendent des quartiers centraux aux quartiers périphériques (Hoffman, 2003; García Herrera, Smith et Mejías, 2014; Füller et Michel, 2014). Dans le cas initial du Vieux-Carré à la Nouvelle-Orléans, Fox Gotham (2005) relate des changements dans l'offre commerciale et éventuellement auprès des résidents, attirés par cette nouvelle offre de restaurants et de magasins. En misant sur le caractère local et authentique du lieu, les autorités ont développé un achalandage touristique auquel le marché s'est adapté, rendant souvent non-rentables les commerces typiquement présents (Fox Gotham, 2005 : 1111) :

New tastes in food, music and architecture have been aligned with gentrification. High-class fashion outlets and expensive retail stores have taken over the old Jackson Brewery, transforming an old factory into a suburban-style shopping mall. Designer bars, chain restaurants and tourism-oriented souvenir shops have gradually replaced former working class corner cafes and food stores.

Les résidents sont donc délocalisés du lieu, tout comme l'est le lieu lui-même puisque ces résidents faisaient en quelque sorte le caractère authentique de l'endroit. On parle



alors d'une globalisation du local qui se ferait notamment par l'arrivée de grandes chaînes multinationales et d'investissements en capitaux privés mondiaux qui, en quelque sorte, dénaturent les espaces locaux (Fox Gotham, 2005).

Garcia et Claver (2003) relatent des problèmes analogues dans le centre de Barcelone et dénoncent l'obligation pour les résidents de longue date de quitter les lieux en raison de l'augmentation des prix et des nuisances associées au tourisme. Par contre, Desse (2007) relate le même phénomène dans les Antilles françaises. La venue des bateaux de croisière aurait créé un engouement pour le centre ancien augmentant d'autant la pression foncière. Il relativise toutefois en exprimant comment les nouveaux espaces ont favorisé une forme de cohésion sociale et une utilisation accrue des commerces et services par les habitants.

La tendance à la patrimonialisation, dont le corolaire est souvent le développement touristique, aurait aussi l'effet pervers de faire augmenter les coûts d'entretien de façon considérable (Duhamel, 2007). Les quartiers mis en tourisme, à la suite d'une opération d'embellissement, seraient donc aux prises avec une hausse fulgurante des prix. Dans le même ordre d'idée, Huning et Novy (2006) avancent qu'en dépit de l'impact économique considérable des touristes sur les quartiers, leur présence peut faire augmenter de façon importante la valeur des biens et des propriétés dans les quartiers visités, et par conséquent nuire aux populations locales, à l'instar des processus de gentrification traditionnels bien documentés.

Monteil (2007) met quant à lui de l'avant une nuance importante. Suite à l'étude du développement touristique de Prague, il constate que les quartiers historiques patrimoniaux accueilleraient principalement des pratiques touristiques de masse, souvent peu respectueuses. En contrepartie, les quartiers périphériques accueilleraient des pratiques touristiques plus près de celle des résidents, plus conscientisées et soucieuses de la culture locale. Il y aurait donc, ici aussi, une différence de l'impact en fonction des pratiques touristiques, et du niveau de mise en tourisme.

### 1.2.3 Synthèse : des pratiques individualisées et des impacts différenciés

Le développement du tourisme dans les villes peut s'analyser de deux points de vue : l'offre et le demande (Pearce, 2001). D'un côté il y a la mise en tourisme des villes qui a pris de l'ampleur au cours des années soixante-dix, suite à la désindustrialisation et au déclin des quartiers centraux. Globalement, les développements touristiques dans les villes prennent trois formes principales : la patrimonialisation, la création d'icônes architecturales et l'accroissement de la dimension festive des quartiers (Duhamel, 2007). Des tendances évoluent aussi en parallèle, notamment l'intérêt de plus en plus répandu pour les quartiers généralement hors circuit touristique (Maitland, 2008). Pourtant, les effets de ces développements touristiques sur les quartiers restent à documenter. Certains chercheurs croient qu'ils contribuent à une amélioration du cadre urbain qui bénéficie à tous, alors que d'autres mettent de l'avant les problèmes qui en émergent, notamment celui de la gentrification touristique (Fox Gotham, 2005). Pour Huning et Novy (2006), les impacts dépendraient surtout du type de pratiques touristiques attirées par les développements touristiques dans chacun des quartiers.

Ces pratiques seraient également plus que jamais individualisées et contribueraient au développement des individus (Lussault, 2007). Les motifs de voyage sont toutefois très variés et leur compréhension ne permet pas nécessairement de les relier aux pratiques. C'est d'ailleurs ce qui caractérise le tourisme dans la ville que d'avoir plusieurs profils de gens, de motifs, et de pratiques. On peut toutefois se demander si les stratégies de mise en tourisme généralement mises de l'avant par les villes correspondent effectivement à ce qui est recherché par le plus grand nombre. Le développement d'une offre ludique et festive ne semble pas satisfaire à tous puisqu'un nombre grandissant de gens quittent ces circuits traditionnels (Maitland, 2005; Cazes et Potier, 1996).

En fait, la mise en tourisme des quartiers semble davantage s'inscrire dans une tendance internationale que locale. Nous avons vu que les villes tentent de se démarquer sur la scène internationale dans un contexte de compétition accrue (Harvey, 1989; Judd et Fainstein, 1999). En essayant de développer la fonction ludique et récréative, souvent associée aux développements touristiques, les villes finiraient en réalité par se ressembler (Zukin, 1999). Ces stratégies mèneraient souvent à l'enclavement de certains secteurs et diluerait le caractère local des quartiers. D'autres avancent toutefois que ces stratégies de mise en tourisme avantagent les résidents en créant une ambiance nouvelle, renouvelée, en diversifiant l'offre. La prochaine section vise à présenter l'état de la littérature sur les questions de stratégie de mise en tourisme, de pratiques touristiques et de qualité urbaine réunies.

### 1.3 Tourisme et qualité urbaine

Les liens entre le tourisme et la ville sont nombreux : «L'urbanisation et la touristification constituent depuis plus d'un siècle deux processus majeurs de développement des sociétés occidentales, puis mondiales, qui entretiennent des relations à la fois d'interdépendance et de tensions.» (Nahrath et Stock, 2012 : 7) Par contre, les études portent surtout le phénomène du tourisme urbain et consacrent la plupart du temps quelques passages ou idées à ce sujet; c'est pourquoi les auteurs cités sont en bonne partie les mêmes que dans la section précédente. Après avoir présenté l'état de la question des deux sujets, il convient maintenant de se rapprocher de notre objet de recherche et se concentrer sur leurs influences mutuelles (Lussault et Stock, 2007). Dans cette perspective, nous étudierons d'abord l'importance de la qualité urbaine dans la création de la destination puis l'influence du tourisme sur l'émergence, ou la consolidation de cette qualité urbaine.



### 1.3.1 La qualité urbaine comme facteur d'attraction touristique

Les motifs de visite dans la ville sont variés. Il n'est par conséquent pas si évident de déterminer à quel point la qualité urbaine «attire» des visiteurs. Pour Ashworth et Page (2010) l'ambiance d'une ville, le sens du lieu, serait partie intégrante de l'offre touristique. La qualité des lieux aurait donc un rôle primordial.

Pour d'autres, ce serait plutôt l'ensemble de l'offre urbaine qui jouerait un rôle dans la satisfaction des visiteurs, peu importe le motif de visite : «Le touriste, qui est le plus souvent un citadin, sait apprécier en connaisseur l'offre urbaine de la ville visitée : la qualité du paysage urbain, sa diversité, la qualité des transports, la qualité de l'environnement, la qualité de la présentation de l'espace public, le sentiment de sécurité, etc.» (Duhamel, 2007 : 19) Ce dernier insiste également sur la nécessité de faire une place plus importante à la qualité urbaine dans le choix même des destinations (Duhamel, 2007 : 15). Fainstein et Gladstone (2004) avancent la même chose : l'attrait touristique de la ville serait principalement cette qualité urbaine.

Ehrlich et Dreier (1999 : 161) montrent comment la qualité des ambiances à Boston a joué un rôle extrêmement important dans le développement de son industrie touristique. Ce serait en effet la richesse de son patrimoine, de ses événements culturels, de l'offre commerciale, de restauration et de bars qui feraient l'attrait de la ville. La qualité des espaces publics aurait aussi, selon les auteurs, contribué au développement de l'industrie touristique.

Ce ne serait donc pas uniquement le cadre physique, lequel peut être très enchanteur, mais l'ensemble de ce qui fait le lieu qui importerait, et surtout permettrait aux villes de se distinguer des concurrents (Kadri et Pillette, 2011 : 4). Ces derniers soulignent aussi l'importance des commerces dans la ville postmoderne, en prenant soin de mentionner que le magasinage est l'une des principales activités touristiques, tout comme l'est le divertissement. Il doit donc y avoir une forte capacité de se démarquer



par l'omniprésence de la culture, et non pas uniquement au point de vue architectural. Fainstein et Gladstone (2004 : 131) insistent également sur l'importance des acteurs du lieu, notamment des employés et résidents «qui donne[nt] la couleur locale et l'ambiance.»

Il serait toutefois faux de prétendre que cette relation entre la ville et le tourisme est unidirectionnelle. Comme nous l'avons d'ailleurs vu dans une partie précédente, c'est principalement l'influence trop grande du tourisme et la métamorphose qu'il engendre qui sont vertement critiquées par bon nombre de chercheurs. Lussault et Stock (2007 : 241) avancent à ce sujet : «le tourisme est consubstantiel à la définition même de la ville contemporaine, mais différentes associations entre tourisme et urbanité créent des lieux urbains de qualité différente.» Nous retiendrons donc l'importance accordée par les chercheurs à l'urbanité initiale du lieu, de ses qualités intrinsèques comme faisant partie intégrante de la destination. Si Cazes et Potier (1996) insistent sur le rôle de *catalyseur* du tourisme urbain dans l'amélioration de la ville, voyons maintenant si, et comment, son développement peut effectivement être utilisé comme levier.

### 1.3.2 Le tourisme en ville, un levier de développement de la qualité urbaine?

Pour certains chercheurs, le seul apport significatif de l'industrie touristique serait financier alors que pour d'autres, ses effets seraient beaucoup plus importants et diffus; notamment sur la qualité des lieux (Équipe MIT, 2002). Stock et Lucas (2012) parlent même d'une double révolution urbaine du tourisme. La première aurait eu lieu à l'émergence de nouveaux lieux urbains sous l'impulsion du tourisme, c'est le cas par exemple des stations balnéaires ou de ski; alors que la seconde serait causée par l'apport considérable du tourisme aux villes. Pour eux, les pratiques touristiques augmenteraient la complexité de l'urbanité des villes par quatre effets principaux : la diversification de la population par la présence de touristes; la requalification de l'espace public par les pratiques touristiques; la consolidation d'une centralité; et un

mode d'habiter qui complexifie les pratiques de la ville (Stock et Lucas, 2012). Pour Duhamel (2007 : 297), ces visiteurs constituent une population additionnelle qui amène avec elle des pratiques et des «intentionnalités multiples». Ces pratiques et usages seraient parfois complémentaires, parfois contradictoires avec celles des autres usagers, notamment résidents et travailleurs.

#### 1.3.2.1 Des usages complémentaires et contradictoires

La présence même de touristes dans la ville constituerait non seulement un achalandage important, mais un atout et un degré d'animation substantiel. Pour Lussault et Stock (2007 : 242), la ville sans tourisme serait incomplète : «On peut même oser l'hypothèse que sans le tourisme, l'urbanité serait tronquée, et que dans certaines circonstances, *l'essentiel* de l'urbanité contemporaine finira par être instaurée par l'habiter touristique.» C'est dire l'importance qu'ils accordent à l'industrie touristique et à sa place dans la ville.

Le touriste lui-même, en tant qu'individu, serait porteur d'urbanité et nourrirait le quotidien d'autrui par sa présence (Coëffé et Violier, 2008 : 7). Ils avancent que les pratiques touristiques constitueraient un «ingrédient urbain» qui ajoute et bénéficie à l'urbanité locale. Il amènerait notamment une dimension ludique à la ville, par son détachement des pressions quotidiennes.

Bien que les études de Stock et Lucas (2012 : 19) ne portent pas expressément sur le tourisme dans les grandes métropoles, ils abondent dans le même sens et plaident que la présence du tourisme contribue à ajouter un degré de complexité : «par le rajout d'éléments des modes de vie, vestimentaires, instruments embarqués, façon de se mouvoir, *etc.*»

Certaines études de cas ont montré que ces ajouts, ces apports, notamment économiques, contribuent à augmenter la qualité de vie de l'ensemble des usagers, y compris des résidents. Par exemple, Desse (2007 : 280), dans ses études sur les

Antilles françaises, montre comment les nouveaux aménagements conçus en front de mer, près des terminaux de croisières, bénéficient à tous. Les infrastructures commerciales et urbaines seraient non seulement utilisées par les visiteurs, mais aussi par les locaux. Le caractère éphémère et dynamique du tourisme contribuerait aussi à rafraîchir constamment l'offre urbaine, notamment culturelle, mais aussi commerciale, en faisant ainsi bénéficier aux résidents (Kadri et Pilette, 2011).

Pour Nahrath et Stock (2012), les pratiques touristiques n'induisent pas un ajout, ou un degré de complexité, mais plutôt un changement dans la qualité urbaine. Cette nouvelle urbanité peut ainsi parfois être en rupture avec celle existante. Ces mêmes auteurs mettent d'ailleurs en garde contre les dérives de la mise en tourisme à outrance (2012 : 11) :

[...] les pratiques touristiques sont certes productrices et utilisatrices d'urbanité, mais peuvent également engendrer la destruction de celle-ci, comme par exemple dans le cas des processus de patrimonialisation et de touristification de certains centres villes ou de certains autres espaces urbains particuliers dont les fonctions urbaines classiques sont temporairement ou définitivement sacrifiées au profit de leur mise en tourisme.

Gravari-Barbas (1998) met également en garde contre les dérives de l'esthétisation des villes qui est souvent menée dans un optique de diminution de l'altérité et de mise en confort des visiteurs. L'organisation de grands événements, sportifs et culturels, mène d'ailleurs souvent à une minimisation des traits locaux au profit des visiteurs étrangers (Davis, 2011). L'objectif poursuivi est toujours le même, atténuer l'altérité. Dans le même ordre d'idée, Bonnafé (2007 : 137), dans son étude de cas sur le centre-ville de Mexico, relate la tentative des décideurs locaux de faire disparaître les commerces informels pourtant partie intégrante de l'urbanité locale dans l'optique de générer une image plus sécuritaire, plus propre. Dans ce cas précis, l'urbanité originale, c'est-à-dire la vie urbaine dynamique et le chaos latino-américain, est en quelque sorte diminuée par l'insistance de certains décideurs quant au type de tourisme à développer. Nahrath et Stock (2012) mettent donc en garde contre ces



tentatives de faire disparaître certains traits locaux, risquant de créer des enclaves touristiques, délaissées par les résidents. Or cette présence est primordiale «puisque le tourisme postmoderne [...] exige l'échange visiteurs-visités» (Kadri et Pilette, 2011 : 11).

### 1.3.2.2 Diversité commerciale

L'une des répercussions les plus directes de la présence du tourisme dans la ville est certainement le commerce. En revanche, force est de constater que très peu d'études se sont intéressées à ce sujet. Pourtant, le tourisme peut avoir à la fois des impacts sur la diversité des commerces, mais également sur la temporalité de ceux-ci. On observe par exemple que les heures d'ouverture des commerces sont plus étendues que dans d'autres secteurs des villes non mis en tourisme (Cazes et Potier, 1996).

Desse (2007 : 280) avance l'importance prise par les résidents dans les magasins historiquement dédiés aux touristes dans les Antilles françaises : «Les bars, les restaurants autrefois destinés aux touristes, les magasins à souvenirs, de décoration, de mode pour touristes s'offrent aux résidents qui souvent constituent les principaux clients.» Law (1992 : 601) avance pour sa part que l'apport financier des touristes permet de diversifier une offre qui autrement peinerait à survivre et encourage ainsi les commerces et l'emploi local. De plus, toujours selon ce dernier, les infrastructures construites pour les visiteurs, principalement physiques, bénéficient aussi bien aux résidents qu'aux autres usagers.

Dans le cas d'Amsterdam, le centre-ville historique accueille aussi bien des touristes que les résidents des autres quartiers, car il constitue un lieu de divertissement et de magasinage d'importance, pour tous les usagers. En revanche, Law (1992) souligne la possibilité de mauvaises cohabitations. C'est-à-dire que les commerces et infrastructures utilisés par les touristes peuvent être en rupture complète avec ce que les autres usagers utilisent.



C'est aussi ce qu'avance Fox Gotham (2005) dans sa théorie de la gentrification touristique. Il viendrait un point où le tourisme devient omniprésent et l'ensemble des infrastructures lui est destiné. C'est notamment pour cette raison que les résidents quittent, et que certains dénoncent l'homogénéisation des quartiers touristiques dans le monde (Herrera, Smith et Mejías, 2014). D'autres, comme Huning et Novy (2006 : 3) sont plus nuancées : «Tourism has despite its risks and pitfalls not only the potential to encourage economic development and physical improvements within a community, but can under certain circumstances also contribute to neighbourhoods' long term and sustainable regeneration in other ways.» Cet apport peut ainsi être commercial, mais également intangible, de par la présence physique et temporelle des visiteurs, comme nous le verrons.

#### 1.3.2.3 Des temporalités complémentaires

Pour Duhamel (2007) le touriste constitue un citoyen comme les autres, invisible dans la masse, et par conséquent il amènerait une valeur ajoutée à la ville. Il permettrait de tendre vers un fonctionnement vingt-quatre heures sur vingt-quatre. Cazes et Potier (1996) soulignent l'importance des différenciations hebdomadaires : le tourisme d'affaires viendrait animer les périodes laissées libres par le tourisme d'agrément et les résidents puisqu'il serait plus important en semaine, alors que les autres visiteurs s'y rendraient surtout la fin de semaine. Kadri et Pilette (2011 : 1) soulignent quant à eux son effet bénéfique sur la réduction de la saisonnalité généralement associée au tourisme.

Tan et Klaasen (2007) identifient le tourisme comme l'un des trois usagers principaux des environnements urbains la nuit. Les quartiers touristiques seraient d'ailleurs, dans beaucoup de villes d'Europe, des secteurs ayant une utilisation temporelle extensive, notamment en raison du détachement du quotidien des touristes et de leur plus forte propension à la fête, plus souvent de nuit. Ainsi, le visiteur, en tant qu'individu, aurait

un mode de vie plus nocturne, ou à tout le moins plus extensif dans le temps, qui pourrait favoriser le développement d'un environnement sur vingt-quatre heures.

Gravari-Barbas (2007) avance, comme nous l'avons vu, l'exemple des plans lumière dans les villes touristiques qui visent à animer l'espace pour une durée plus longue. Quant au développement des restaurants et des bars, il se fait très souvent dans des endroits circonscrits, en d'autres mots dans des zones facilitant leur visibilité (Gravari-Barbas, 2007; Campo et Ryan, 2008).

Les nombreux évènements urbains, même s'ils sont en apparence conçus pour le tourisme, seraient principalement destinés aux résidents et autres visiteurs, mais auraient pour effet de les transformer en touristes (Gravari-Barbas, 2007). L'une des principales motivations à l'organisation de ces évènements serait aussi la diffusion d'une image de marque de ville qui ne dort jamais, laquelle est plutôt bien vue par les touristes internationaux, et pourrait influencer le choix de la destination.

En somme, le tourisme participe généralement positivement à l'étalement des activités dans le temps et dans l'espace. La création d'une image de marque associée à la ville festive, qui ne dort jamais, constitue aussi un atout à l'organisation de ce genre d'évènements (Gravari-Barbas, 2007). Par son caractère désaisonnalisé, et hors quotidien, il peut également influencer les heures d'ouverture des commerces (Cazes et Pothier, 1996), bénéficiant ainsi aux résidents; tout comme son apport économique peut favoriser un élargissement de l'offre (Law, 1992).

### 1.3.3 Synthèse : les pratiques touristiques, entre levier et nuisance pour la qualité urbaine

Les chercheurs sont pour la plupart mitigés quant aux atouts réels du tourisme sur la qualité de la ville. Nous avons d'abord vu comment la qualité urbaine peut constituer un atout majeur pour les villes désireuses de développer leur fonction touristique (Duhamel, 2007); certains affirment même qu'il s'agirait d'un préalable (Ehrlich et

Dreir, 1999; Ashworth et Page; Kadri et Pilette, 2011). En contrepartie, l'équilibre serait fragile et trop de développement pourrait, selon certains chercheurs, compromettre cette qualité urbaine (Nahrath et Stock, 2012). Le principal facteur faisant varier positivement cette qualité est principalement le type de pratiques touristiques qui, dans certains cas, peut aussi favoriser l'émergence ou la consolidation de commerces, activités ou services utilisés par les autres usagers (Hunin et Novy, 2006), ou faire disparaître les atouts d'un quartier pour les résidents (Fox Gotham, 2005).

En matière d'ambiances, une majorité de chercheurs s'entendent pour dire que le tourisme accentue l'urbanité et que sa présence crée un achalandage supplémentaire, diversifiant ainsi la clientèle et ses usages dans les quartiers (Duhamel, 2007). Cette présence deviendrait toutefois nuisible si elle contraste trop fortement de celle originalement présente, comme c'est le cas à Mexico par exemple, ou encore lorsqu'elle fait fuir d'autres usagers (Bonafé, 2007).

Dans le cas des commerces, on se rend compte qu'ils sont utiles, dans la plupart des cas, pour les autres usagers du quartier, et pas uniquement les touristes et visiteurs. Par contre, on peut aussi constater une distorsion entre les développements et les besoins réels des populations (Law, 1992).

Finalement, en matière d'animation et de temporalités, le tourisme a un certain rôle à jouer et l'animation et le dynamisme d'une ville peuvent aussi certainement contribuer à sa renommée (Gravari-Barbas, 2007). Les différentes saisonnalités peuvent être meublées par les différents types de pratiques, et l'achalandage supplémentaire peut faire vivre des fonctions urbaines à des moments qui seraient autrement plus difficiles pour les commerçants (Cazes et Pothier, 1996). Ainsi, le tourisme peut donc avoir généralement un effet bénéfique sur les quartiers, dans la mesure où son développement se fait en continuité avec les besoins des résidents, et en fonction du type de visiteurs qui sont accueillis. Tout dépendrait de la stratégie de



mise en tourisme utilisée et des pratiques touristiques qui prennent place dans les quartiers.

#### 1.4 Problématique, questions et hypothèses de recherche

Les changements sociaux et la prise de conscience environnementale récente ont conduit les experts et chercheurs à élaborer de nouveaux cadres d'analyse de la qualité urbaine. En continuité avec les travaux de Jacobs (1961), Montgomery souligne l'importance d'aménager des environnements mixtes, marchables et agréables. Da Cunha et Guinand (2014) abondent dans le même sens, mais soulignent la nécessité de faire émerger de ces aménagements physiques, des qualités immatérielles, et notamment des liens sociaux. Pour Da Cunha et Kaiser (2009) le concept de l'intensité urbaine permet de mettre en relation quatre opérateurs – la diversité formelle, fonctionnelle, des usages et des ambiances – qui lorsque réunis engendrent la qualité urbaine. Pour eux, les paramètres bâtis et matériels de la qualité urbaine génèrent une forme d'achalandage et favorisent l'utilisation des espaces publics, un sentiment de sécurité et un confort accru des usagers (Da Cunha et Kaiser, 2009). Une attention particulière doit également être portée à l'ouverture des espaces construits, et principalement aux interfaces entre les espaces ouverts et fermés. Gehl, Kaefer et Reigstad (2006) et Dovey et Symons (2014) ont montré comment ces espaces liminaux perméables, transparents et en retrait favorisaient l'émergence d'une intensité urbaine. Ce serait la façade qui permettrait d'agencer la vie urbaine aux espaces physiques. L'animation de ces espaces, notamment par l'ouverture des façades, doit aussi être maximisée dans le temps de façon à favoriser l'utilisation du quartier et le confort en continu des usagers (Lavadinho, 2009; Bianchini et Greed, 1999).

Nous avons vu également comment l'industrie touristique s'est implantée de façon soutenue dans les villes au cours des dernières décennies (Cazes et Pothier, 1996; Knafou, 2007; Duhamel, 2007). L'engouement pour le tourisme urbain ayant émergé



au cours des années quatre-vingt a suscité l'intérêt des villes qui y ont vu une ressource pour redévelopper les quartiers centraux, souvent délaissés par les fonctions de production traditionnelle. Par contre, les projets mis de l'avant par les décideurs publics seraient souvent de grande envergure et mèneraient dans certains cas à une forme d'esthétisation de la ville (Gravari-Barbas, 2007), voire à un enclavement (Judd et Fainstein, 1999) et à une « disneyification » des quartiers (Zukin, 1999).

En contrepartie, d'autres soulignent l'intérêt pour certains visiteurs de quitter les circuits touristiques traditionnels (Maitland, 2005). Les pratiques touristiques de ces individus seraient donc plus près de celle des résidents puisque l'objectif de ces visiteurs serait justement de vivre à la manière locale, en marge des attraits touristiques. Pour certains chercheurs, la vie urbaine, voire la qualité urbaine, constituerait d'ailleurs le principal intérêt touristique des villes et le dynamisme des quartiers ferait partie intégrante de ce qui constitue la destination (Ehrlich et Dreier, 1999; Fainstein et Gladstone, 2004; Kadri et Pilette, 2011).

La littérature est toutefois beaucoup plus partagée quant aux effets des pratiques touristiques sur la qualité urbaine. Pour Nahrath et Stock (2012) par exemple, le développement de l'activité touristique dans les quartiers pourrait compromettre l'attrait initial, en l'occurrence la vie et la culture urbaine locale. D'autres soulignent l'existence d'effets pervers associés à la mise en tourisme des quartiers, notamment la délocalisation des résidents par l'augmentation des prix du foncier, voire des biens et services en général (Fox Gotham, 2005); une inadéquation entre l'offre commerciale et les besoins réels des autres usagers ou encore de la présence de fonctions ludiques et festives nuisibles et dérangeantes (Roberts et Turner, 2005).

D'autres avancent en revanche qu'il pourrait y avoir des effets positifs puisque la présence de visiteurs additionnels amène, notamment, une diversification dans l'offre de commerces et services et un enrichissement de l'offre culturelle qui bénéficie à l'ensemble des usagers (Law 1992; Kadri et Pilette, 2011). Le tourisme augmenterait

aussi l'achalandage de façon significative dans l'espace public et aurait donc un effet important sur les usages et les ambiances qui bénéficient au premier chef de cette animation augmentée (Da Cunha et Guinand, 2014; Da Cunha et Kaiser, 2009).

D'autres encore sont plus nuancés et avancent que les effets diffèrent en fonction de l'intensité de la mise en tourisme effectuée par les acteurs locaux dans les quartiers (Hunin et Novy, 2006). Dans certains cas, l'offre commerciale et culturelle est tellement intense et orientée vers le visiteur que ce développement se fait au détriment des autres usagers, alors que dans d'autres, la vie de quartier constitue l'attrait du lieu et les pratiques touristiques s'effectuent dans le respect de cette urbanité locale. Ces effets dépendraient donc de deux éléments : le type de pratiques touristiques et les stratégies de mise en tourisme déployées.

Si le tourisme est tôt apparu comme un outil de revitalisation des quartiers centraux, les stratégies mises de l'avant n'ont pourtant pas toujours contribué à l'amélioration de la qualité urbaine pour tous les usagers. La mise en tourisme a certes le potentiel d'être un outil de développement utile, mais elle n'est pas à l'abri des dérives engendrant des impacts parfois négatifs. C'est dans cette perspective que se situe la recherche. Pour rappel, l'objectif est triple :

- 1) Mettre en évidence la tension qui s'opère entre les stratégies de mise en tourisme des quartiers et la qualité urbaine;
- 2) Mesurer l'adéquation entre les pratiques touristiques planifiées et les comportements touristiques prenant place dans les quartiers;
- 3) Comprendre les effets des pratiques touristiques sur la qualité urbaine.

Pour atteindre ces objectifs, nous formulons deux questions de recherche spécifiques et deux sous questions :

*1) Quels sont les effets des pratiques touristiques sur la qualité urbaine?*

*1.1) Ces effets bénéficient-ils à tous les usagers des quartiers mis en tourisme?*

Ces premières questions nous permettront de comprendre le rôle des pratiques touristiques dans la qualité urbaine. Par la suite, on s'intéresse au rôle des stratégies de mise en tourisme, qui diffèrent selon les quartiers d'étude, afin de comprendre le rôle des acteurs. On veut aussi voir dans quelle mesure les stratégies sont ancrées sur les pratiques réelles et inversement.

*2) Dans quelle mesure les stratégies de mise en tourisme des quartiers orientent-elles les pratiques touristiques et par conséquent la qualité urbaine?*

*2.1) Les pratiques touristiques réelles dans un quartier mis en tourisme correspondent-elles à la stratégie des acteurs locaux?*

L'hypothèse de base avance qu'une mise en tourisme trop extensive nuit à la qualité urbaine. La concentration spatiale et temporelle des activités touristiques amènerait une esthétisation et une disparition de la vie urbaine locale, rendant nuisible la présence de cette industrie pour les autres usagers. L'offre commerciale deviendrait inadéquate pour les résidents et l'ambiance trop festive. En revanche, une dispersion des activités touristiques amène une meilleure répartition spatiale et temporelle des pratiques touristiques, évitant la mainmise de l'industrie sur les quartiers. La présence du visiteur devient par conséquent complémentaire aux autres fonctions et permet une meilleure intégration.

Certains types de pratiques seraient aussi plus bénéfiques pour la qualité urbaine. De façon générale, les visiteurs qui comprennent mieux leur statut de «touriste» et qui veulent s'en dissocier seraient incompatibles avec les stratégies de mise en tourisme traditionnelles et seraient plus enclins à quitter ces circuits, contribuant ainsi à la dilution des pratiques touristiques dans l'espace, améliorant ainsi potentiellement la qualité urbaine pour tous. En revanche, certains s'accommodent parfaitement des circuits élaborés par les acteurs locaux, lesquels contribuent à la concentration

spatiale et temporelle des pratiques touristiques, diminuant la qualité urbaine dans certains secteurs.

La tension entre mise en tourisme et pratiques touristiques concerne plutôt le type de pratique qui est encouragé et attiré dans les quartiers. Le positionnement de la ville, les choix historiques de mise en scène et la place de l'industrie contribuent à l'attraction et favorisent certains types de pratiques touristiques qui peuvent, selon le cas, être bénéfiques ou nuisibles pour les quartiers.

La qualité urbaine réfère à la fois aux éléments tangibles et intangibles de la ville. Pour la mesurer, nous mobilisons le concept de l'intensité urbaine de Da Cunha et Kaiser (2009) qui se décline en quatre opérateurs : diversité formelle, fonctionnelle, des usages et des ambiances. Nous modifierons le modèle afin d'y inclure la dimension du temps qui, par le caractère souvent festif des pratiques touristiques et le fait qu'elles se déroulent souvent hors quotidien, prend une importance capitale.

Pour répondre aux questions de recherche et valider les hypothèses, nous avons eu recours à l'approche par étude de cas qui nous a permis d'aborder deux stratégies de mise en tourisme qui font intervenir différents opérateurs de la qualité urbaine, dans deux contextes très différents : le Vieux-Montréal au Québec et San Telmo en Argentine. L'objectif était de comprendre quels sont les opérateurs qui interviennent et comment ils engendrent similitudes et différences sur la qualité urbaine, dans deux situations. Le prochain chapitre définit les concepts qui sont utilisés dans le cadre de la recherche et présente la stratégie méthodologique employée.



## **CHAPITRE II**

### **CADRE THÉORIQUE ET MÉTHODOLOGIE**

Ce chapitre a pour objectif de bien définir les concepts utilisés dans le cadre de ce mémoire et détailler la stratégie méthodologique employée. Après avoir dressé un portrait de la situation et posé les questions de recherche dans le premier chapitre, nous présentons maintenant le cadre d'analyse qui sera utilisé. Nous reprenons le concept de l'intensité urbaine de Da Cunha et Kaiser (2009) et l'étudions de deux angles différents. D'une part, d'un point de vue général, en décrivant les différents aspects observés dans les quartiers à l'étude, puis d'autre part, en se concentrant sur les impacts des pratiques touristiques sur chacun des opérateurs de la qualité urbaine.

Dans la seconde partie, nous présenterons les paramètres méthodologiques. Nous verrons notamment pourquoi nous avons recours à l'étude de cas et présenterons les deux quartiers à l'étude. Pour chacun de ces deux cas, le Vieux-Montréal au Québec et San Telmo en Argentine, trois méthodes ont été utilisées : 1) des relevés terrains; 2) des questionnaires; et 3) des observations non participantes. Chacune de ces méthodes nous a permis de documenter l'influence des pratiques touristiques sur les cinq opérateurs de la qualité urbaine dans les deux quartiers.

#### **2.1 Cadre théorique : l'intensité urbaine**

Le concept d'intensité urbaine élaboré par Da Cunha et Kaiser (2009) sera utilisé dans le cadre de la recherche dans l'optique de caractériser la qualité urbaine. Il rejoint plusieurs idées des différents théoriciens présentés dans le premier chapitre et permet de lier les éléments à prendre en compte. La figure 2.1 ci-jointe reprend le schéma de l'intensité urbaine tel que présenté par Da Cunha et Kaiser (2009). Les auteurs proposent d'utiliser quatre opérateurs de la qualité urbaine qui génèreraient

quatre effets principaux, correspondant à la partie de droite du schéma. La notion d'opérateur utilisée dans le mémoire réfère aux éléments de la ville qui influencent la qualité urbaine. Ces éléments intrinsèques sont façonnés par les acteurs de tous types qui sont appelés à intervenir dans l'espace urbain. Ces opérateurs se définissent donc par les stratégies qui sont déployés dans l'espace, les plans qui sont mis en place, les interventions menées directement par les acteurs publics et privés sur le cadre bâti, mais aussi de manière intangible, par exemple en animant un lieu par l'organisation d'évènements. L'hypothèse des chercheurs est que lorsqu'il est équilibré, cet assemblage produirait un milieu urbain de qualité.

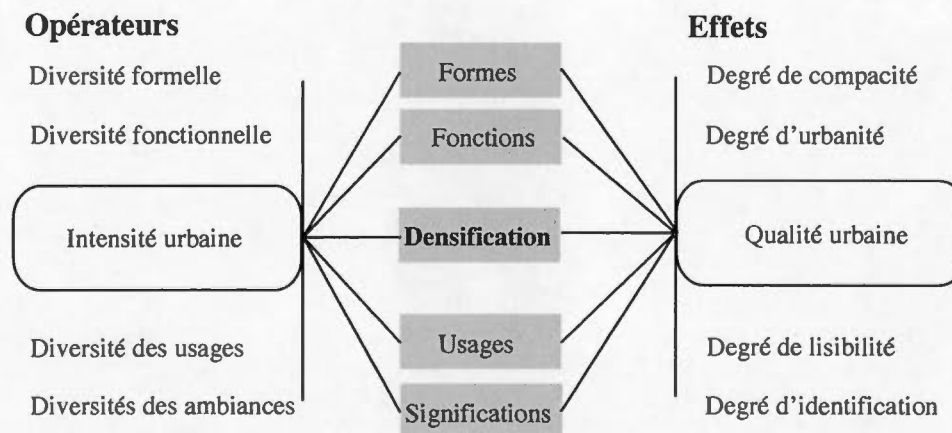


Figure 2.1 – L'intensité urbaine, Da Cunha et Kaiser (2009 : 26)

Dans le cadre de cette recherche, l'attention principale sera portée sur les opérateurs puisque les effets générés, qu'ils qualifient de qualité urbaine, dépendent de la perception de chacun (Da Cunha et Guinand, 2014). De plus, l'objectif de la recherche est de comprendre comment les pratiques touristiques interviennent sur la qualité de la ville, en l'occurrence la façon dont ils agissent sur les opérateurs, en tant qu'interventions d'une catégorie d'acteurs faisant partie intégrante de l'espace urbain.

Pour Da Cunha et Kaiser (2009), les deux premiers opérateurs correspondent à la dimension matérielle de la ville; c'est-à-dire la forme et les fonctions. De cet

agencement émergeraient un certain nombre de propriétés intangibles que les auteurs associent à la dimension immatérielle de la ville, soit la diversité des usages et des ambiances. Ces quatre opérateurs réunis favoriseraient non seulement un cadre physique agréable, mais surtout animé et approprié, reprenant les idées de plusieurs auteurs (Lefebvre, 1968; Da Cunha et Guinand, 2014; Amphoux, 2003; Lévy et Lussault, 2003).

Pour des raisons pratiques, nous regrouperons cependant les diversités d'usages et d'ambiances. Les deux font référence à l'aspect intangible des quartiers qui se traduit notamment par la manière dont les gens occupent l'espace, la mixité des usages et usagers, les façons de se déplacer et surtout ce qui est généré par ces pratiques; en d'autres mots les ambiances. Cet aspect immatériel des quartiers d'étude sera donc présenté de manière regroupée étant donné leurs liens évidents.

De plus, nous avons souligné dans la première partie l'importance de prendre en compte le temps dans la planification et l'aménagement de la ville. C'est d'ailleurs à notre avis la principale limite du modèle de Da Cunha et Kaiser (2009), qui sera comblée par l'ajout d'un cinquième opérateur : la diversité des temporalités. Il nous apparaît important de l'intégrer en tant qu'opérateur distinct puisque, d'une part l'étalement dans le temps des activités permet un confort et une sécurité accrus en favorisant notamment les «yeux sur la rue» en tout temps et un achalandage en permanence (Ascher, 1997; Mallet, 2014; Bianchini et Greed, 1999; Jacobs, 1961); et d'autre part parce que les pratiques touristiques sont susceptibles d'intervenir sur ce paramètre, notamment en matière de saisonnalité. Le tourisme constitue notamment un outil de gestion des pointes (Cazes et Pothier, 1996; Kadri et Pilette, 2011) et les événements mis en place, tout comme les temps extra quotidien des visiteurs rendent possible une forme de complémentarité dans l'utilisation de la ville (Pradel, 2007; 2008; Gravari-Barbas, 2007). L'effet escompté de ce nouvel opérateur, dans la partie de droite du schéma, est un degré d'animation.

La figure 2.2 ci-après reprend donc les modifications proposées, en l'occurrence l'ajout d'un opérateur, la diversité temporelle, et le regroupement des diversités d'usages et d'ambiances.

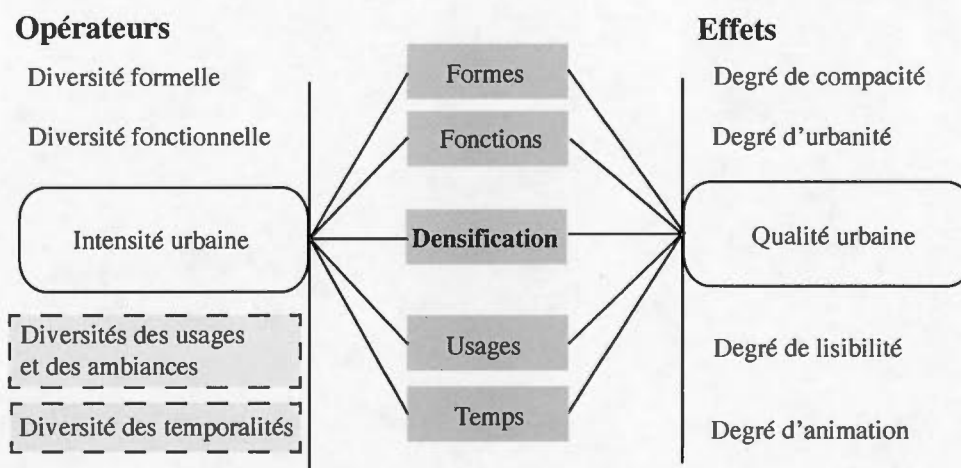


Figure 2.2 – Schéma adapté de Da Cunha et Kaiser (2009 : 26)

Chacun des opérateurs sera ici repris afin de bien cadrer ce qu'ils représentent et ce qu'ils impliquent. Pour chacun d'eux, une partie sur les pratiques touristiques est ajoutée afin de bien comprendre quelles variables sont utilisées pour comprendre l'impact de ces pratiques sur les différents opérateurs.

### 2.1.1 Opérateurs

#### 2.1.1.1 Diversité formelle

La qualité de la forme urbaine est tributaire d'un certain nombre d'autres réalités, notamment perceptuelles : «les qualités physiques que nous pouvons attribuer à un lieu et les qualités perçues par les usagers ne se recoupent pas forcément.» (Da Cunha et Guinand, 2014 : 40) Un certain nombre de principes peuvent toutefois favoriser une perception positive de ce cadre physique par une majorité d'usagers.



À la base de la réflexion sur l'intensité urbaine se trouve la densité. Bien qu'un seuil minimal soit nécessaire, il ne constituerait pas pour autant une garantie de qualité urbaine : «density in itself will not necessarily produce urbanity» (Montgomery, 1998 : 103). Afin d'améliorer les probabilités de qualité dans les quartiers densément construits, on doit y jumeler la dimension de la compacité. Les bâtiments construits de façon rapprochée et en continu permettent d'aller au-delà de la dimension quantitative et de trouver un optimum entre son acceptabilité sociale et la qualité urbaine (Da Cunha et Kaiser, 2009). La densité permet en outre «d'améliorer l'accessibilité des lieux et assure ainsi l'efficacité de l'utilisation des infrastructures, la viabilité économique des commerces, la sécurité des rues et l'intensité de la vie de quartier dès lors que ceux-ci perçoivent positivement l'offre de proximité.» (Da Cunha et Kaiser, 2009). Ainsi, en ayant un certain nombre d'usagers et de consommateurs potentiels correspondant à différents profils, on favorise une pluralité de commerces en différents lieux, une plus grande proximité entre les points d'intérêt, et ainsi un niveau d'activité plus élevé dans la rue. En concentrant en un lieu un certain nombre d'usagers aux aspirations diverses, on favorise également l'émergence d'une urbanité (Da Cunha et Kaiser, 2009). Les commerces deviennent alors d'importants acteurs de la vitalité urbaine puisqu'ils assurent une présence sur la rue et génèrent des allées et venues (Jacobs, 1961; Zukin, 1999, 2010).

Pour plusieurs chercheurs, la qualité de la forme urbaine se mesure au niveau de la rue, théâtre de la plupart des interactions (Da Cunha et Kaiser, 2009). C'est donc la conception des bâtiments au niveau des piétons qui influence le plus fortement la qualité urbaine (Dovey et Pafka, 2014 ; Dovey et Symons, 2014 ; Dovey et Wood, 2011 ; Gehl, Johansen Kaefer et Reigstad, 2006 ; Mehta, 2007 ; Montgomery, 1997). Puisque l'être humain se déplace en moyenne à un rythme de cinq kilomètres-heure et que son champ de vision est limité en hauteur, le rythme des rues commerciales doit être ajusté à ces paramètres afin de permettre aux visiteurs et piétons d'absorber l'information (Gehl, Johansen Kaefer et Reigstad, 2006). Au-delà de la densité elle-

même donc, c'est surtout l'interaction entre les espaces ouverts et fermés, publics et privés, qui doit optimiser le confort de l'utilisateur et favoriser les déplacements actifs.

Pour ce faire, l'interface entre l'intérieur et l'extérieur doit donc être aménagée avec soin. Les façades doivent fournir un certain rythme, et parfois un certain retrait afin de favoriser différents usages (Gehl, Johansen Kaefer et Reigstad, 2006); les accès doivent être nombreux afin de générer des déplacements tout au long des îlots; et la transparence doit favoriser les «yeux sur la rue» (Jacobs, 1961). En créant des façades agréables à plusieurs accès, on accentue l'interaction entre le bâti et l'espace public, créant ainsi une certaine intensité de déplacements (Montgomery, 1998). Par ailleurs, le prolongement des espaces privés vers l'extérieur, en l'occurrence les terrasses, et des espaces publics vers l'intérieur, notamment des passages ouverts, ont aussi un rôle important dans l'animation des espaces et une attention particulière y sera portée (Montgomery, 1997).

Puisque l'impact des pratiques touristiques sur la densité et la compacité est pratiquement nul, notre recherche ne tiendra pas compte de ces paramètres. En effet, si l'industrie touristique peut quant à elle avoir des impacts sur la forme tangible du quartier, notamment par l'implantation d'infrastructures et d'équipements, elle ne constitue pas l'objet de recherche. Cependant, étant donné le rôle des espaces liminaires dans l'animation du domaine public, nous étudierons plutôt les façades commerciales en fonction d'une typologie d'interfaces élaborée par Dovey et Wood (2011) et présentée au chapitre 3, qui elles influencent et sont influencées par les pratiques.

#### 2.1.1.1.1 Diversité formelle et pratiques touristiques

Pour mesurer l'impact des pratiques touristiques sur la diversité formelle, nous étudierons la dimension matérielle de ces pratiques, c'est-à-dire les établissements et institutions à vocation touristique. Bien qu'aucune aménité urbaine ne soit réservée

exclusivement aux visiteurs, certaines sont plus susceptibles d'attirer cette clientèle que d'autres. C'est le cas par exemple des boutiques-souvenirs, hôtels ou musées, et dans une moindre mesure des restaurants, boutiques d'équipements de la personne et débits de boisson.

Ces établissements seront donc catégorisés et leur impact sur la diversité formelle isolé. On pourra ainsi mesurer et qualifier la qualité d'insertion dans le tissu urbain des différentes infrastructures associées à l'industrie touristique, tant institutionnelles que commerciales, et mesurer leur effet sur la diversité formelle. L'objectif est de voir comment les pratiques touristiques se répercutent sur la forme urbaine, elle-même mesurée par la qualité des interfaces.

#### 2.1.1.2 Diversité fonctionnelle

Le second opérateur réfère surtout à ce que les chercheurs appellent la mixité des fonctions. Jacobs (1961) insiste beaucoup sur ce point en expliquant que c'est ce qui crée des mouvements continus dans la ville et anime l'espace en créant une forme de «ballet urbain» (Jacobs, 1961). Une mixité des fonctions primaires est capitale afin d'assurer un achalandage tout au long de la journée : quand les résidents quittent vers le travail, les employés du quartier prennent d'assaut les lieux; et le soir ce sont plutôt les résidents qui y reviennent et les visiteurs qui y font leurs courses ou s'y divertissent.

La diversité fonctionnelle permet non seulement d'étaler dans le temps l'usage des quartiers, mais crée également des potentiels d'aménités : «La notion de qualité fonctionnelle interroge l'apparition ou la disparition des fonctions urbaines dans un espace : leur diversité, les types de centralités, les hiérarchies spatiales ou les attractivités qu'elles mettent en place.» (Da Cunha et Guinand, 2014) C'est-à-dire qu'une variété de fonctions favorise l'attraction et la rétention de différentes



catégories d'usagers, s'inscrivant ainsi dans une logique circulaire d'attraction, rétention puis augmentation des activités et usagers des lieux.

Jacobs (1961) recommandait également, en plus d'une mixité fonctionnelle primaire, de mettre en place une diversité des activités secondaires qui réfère principalement à la variété au sein des différentes fonctions elles-mêmes. La fonction commerciale regroupe, par exemple, différentes catégories qui sont utilisées à des heures différentes. C'est le cas notamment des commerces de détail et des restaurants, ou encore des théâtres, plutôt nocturnes, et des musées, surtout diurnes (Montgomery, 1998). Cette diversité doit être à la fois horizontale, sur une même rue, mais également verticale, au sein des bâtiments eux-mêmes. Elle doit aussi s'opérer à toutes les échelles. Tel que le présentent Da Cunha et Kaiser (2009 : 25) :

l'intensification agit non seulement sur le volume du bâti ou les surfaces de plancher, mais aussi sur la "structure d'opportunités", c'est-à-dire sur l'offre globale d'aménités urbaines et environnementales dans un rayon donné, dont peuvent disposer habitants et usagers d'un périmètre densifié.

Ce périmètre est variable en fonction des usagers, mais une plus forte mixité contribue à le réduire, et par conséquent à diminuer les besoins en déplacements. Pour qualifier cet opérateur, nous suivrons la même méthode que celle employée pour qualifier la diversité formelle, c'est-à-dire en catégorisant les différentes façades et interfaces commerciales. Le commerce est en quelque sorte ce qui donne la couleur au quartier, son identité (Zukin, 2010) et leurs façades, au niveau de la rue, ont un grand impact sur l'expérience du piéton et éventuellement du visiteur (Dovey et Pafka, 2014). Nous classifierons donc les différents types de commerces et serons à même de voir les concentrations ou carences en certains secteurs.

#### 2.1.1.2.1 Diversité fonctionnelle et pratiques touristiques

Pour mesurer l'impact des différentes pratiques touristiques sur la diversité fonctionnelle, nous procéderons à l'analyse des commerces. Nous serons ainsi à



même de voir quelles zones ont une offre commerciale fortement orientée vers le visiteur, diminuant ainsi les possibilités et les choix commerciaux des autres usages, en premier lieu des résidents (Fox Gotham, 2005). Une zone où on retrouverait uniquement des restaurants, par exemple, témoignerait d'une trop forte concentration et d'une faible diversité fonctionnelle engendrée, notamment, par la présence marquée de pratiques touristiques. On assisterait dès lors à la création d'une enclave touristique (Judd et Fainstein, 1999), d'une ville «disneyifiée» (Zukin, 1999). Nous étudierons également les effets de la mondialisation dans l'offre commerciale par l'analyse des bannières puisque certains auteurs affirment que les grandes multinationales contrôlent l'offre touristique dans les milieux urbains (Fainstein, Hoffman et Judd, 2003).

Nous serons également à même de comprendre les dynamiques de flux au sein des quartiers en étudiant la localisation des institutions et établissements à vocation touristique.

#### 2.1.1.3 Diversité des usages et des ambiances

La diversité formelle et fonctionnelle réunie ont pour objectif de favoriser l'appropriation de l'espace public par une multitude de gens et de profils d'utilisateurs. Ainsi, la mise en place d'un cadre physique favorable accentue les opportunités de rencontre entre les usagers, leurs interactions et la mixité sociale de ses habitants (Amphoux, 2003 ; Da Cunha et Kaiser, 2009). Comme nous l'avons vu, la conception même du milieu et la forme urbaine peuvent servir d'incitatifs à certains usages plutôt que d'autres et amplifier leur diversification. Les usages qui sont faits d'un lieu, leurs appropriations, sont ainsi révélateurs de la qualité urbaine (Da Cunha et Guinand, 2014).

Généralement, le comportement des passants est largement influencé par la qualité et le sentiment suscité par un lieu et sa conception. La vitesse de marche, les arrêts aux

vitrines attrayantes, les conversations en face à-face ou au téléphone, sont plus susceptibles de se produire dans un lieu ouvert et intéressant, que traduit la qualité de ses interfaces. Les retraits des bâtiments laissent aussi des vides qui constituent des lieux propices à la rencontre (Gehl, Johansen Kaefer et Reigstad, 2006).

La diversité des usages réfère donc à la possibilité d'utiliser les lieux de différentes façons, et aux interactions qui y prennent place (Da Cunha et Kaiser 2009 : 46) :

Les activités, les fréquentations diversifiées de l'espace public sont des révélateurs de l'intensité des lieux. La notion d'intensification renvoie ici à une intensité des flux et à une effervescence des entrecroisements ou des interactions dans un espace public qui devient ainsi un lieu de référence collectif, dépositaire d'une signification pratique et/ou symbolique qui en justifie l'usage.

Comme le soulignent Gehl, Johansen Kaefer et Reigstad (2006 : 37) : «Urban life flows to sectors with more activity : people attract people.» La diversité des usages est donc exponentielle et se mesure finalement par l'observation des comportements et des activités qui prennent place en un lieu. Les usages qui sont faits en un lieu précis génèrent quant à eux des ambiances qui favorisent certains sentiments. Moins les gens se sentent confortables et utilisent l'espace à différentes fonctions, moins les flux générés seront importants et plus l'ambiance favorisera un usage strictement circulatoire. Ainsi, la qualité perçue et le sentiment suscité est beaucoup plus porté à favoriser différents usages que d'autres, et encore davantage l'intensité de cette appropriation.

Les usages qui sont faits d'un même lieu peuvent également être différents d'un individu à l'autre en fonction de ses motifs. Les gens se rendant dans un quartier dans le cadre de leur travail risquent d'avoir une perception différente et en faire, par conséquent, une utilisation contrastant potentiellement avec celle d'autres usagers. Les rythmes du quotidien, soumis aux contraintes professionnelles, favorisent des types d'usages possiblement très différents des autres usagers. Le travailleur, dans ses

déplacements, est probablement à la recherche de l'itinéraire le plus efficace, ce qui n'est pas nécessairement le cas du visiteur. C'est donc par l'agencement des formes bâties et la diversité des usages qu'elle suscite que l'on peut faire en sorte que «les différents usages collectifs puissent cohabiter.» (Da Cunha et Kaiser, 2009 : 46)

De plus, comme l'avancent McIntyre et Williams (2012 : 212) : «studies show that people form strong emotional attachments to intensely urban places.» Les lieux ont différentes significations pour chaque individu en fonction de ce qu'ils y vivent et de facteurs environnementaux, culturels, sociaux ou historiques (Campelo *et al.*, 2013). La façon de mesurer ce sens ou cet attachement est surtout rendue possible par les différentes façons de faire avec les lieux (Campelo *et al.*, 2013 : 3) :

While geographic location and physical landscapes are tangible, the meanings they engender, though often less tangible, are equally significant in terms of personal and collective experiences, social interactions and affective engagements. Indeed, separating these elements fails to recognize that together they create the habitus of the place, sometimes intangible in terms of emotional bonds, but very tangible when expressed by the way things are done.

Cet attachement au lieu, ou cette charge émotive se développerait en fonction notamment de la durée et du temps d'exposition au lieu. Ainsi, plus on réside longtemps en un endroit, plus notre sentiment deviendrait fort (McIntyre et Williams, 2012). De plus, la façon d'utiliser l'espace, et l'implication de chacun dans les différents lieux auraient des retombées importantes dans la construction d'une communauté et l'émergence d'un sentiment de sens (Gallent, 2006). Les interactions, rendues possibles par le sentiment de se reconnaître et de se sentir accueilli par une ambiance et une communauté, favorisent la création de capital social, et éventuellement culturel, chez les différents usagers. Évidemment, ce capital varie aussi en fonction du degré d'implication de chacun et leur apport possible. D'où le rôle primordial joué par la diversité des ambiances qui doit favoriser la lisibilité et les

attentes de tous afin de permettre au plus grand nombre de s'épanouir et de se construire.

Dans une perspective élargie, les collectivités sont porteuses d'un *habitus*, régissant ainsi les codes et normes sociales en vigueur : «public dwelling [...] generates a stable "agreed culture"» (Gallent, 2006 : 101). Cette compréhension et acceptation des formes, ou norme favorisent donc une utilisation dominante des lieux, et une *méthode* d'utilisation. Par exemple, un espace urbain désert nous fait remettre en question notre droit d'y être puisqu'aucun exemple d'usage accepté ne nous est fourni, nous risquons ainsi fortement de passer tout droit. En revanche, quand un certain nombre d'usagers occupe un espace, la ville devient beaucoup plus lisible et utilisable puisque des codes y sont d'emblée prescrits. Il y a donc les dimensions matérielles de la ville qui favorisent différents usages, mais également immatérielles, ou sociales, qui dictent ce qu'il est convenu de faire. Tous ces usages réunis et le degré de confort que suscite un lieu dégagent quant à eux des ambiances qui varient aussi dans le temps.

#### 2.1.1.3.1 Diversité des usages et des ambiances et pratiques touristiques

L'apport potentiel des pratiques touristiques en matière d'usage et d'ambiance se situe à plusieurs niveaux. D'une part dans les pratiques mêmes qui ont le potentiel d'ajouter à l'*habitus* d'un lieu et, par conséquent, favoriser une meilleure diversité des usages (Duhamel, 2007); et d'autre part en augmentant l'achalandage qui peut changer l'ambiance d'un espace. Comme nous l'avons vu, chaque individu est porteur d'un *habitus* et met de l'avant un certain nombre de codes et normes sociaux dans des contextes variés (Nahrath et Stock, 2012). Sa présence élargit par conséquent le spectre de ce qu'il est acceptable de faire dans les lieux, mais peut également être perçue négativement lorsque l'utilisation qu'il en fait est trop éloignée des codes et usages en vigueur.



De plus, comme nous l'avons vu, des lieux peuvent être aménagés en fonction de certains principes, non universels, afin de maximiser les occasions de rencontre. C'est là l'un des rôles de l'industrie touristique dans les quartiers. Les pratiques touristiques peuvent générer des rencontres et des surprises, et l'usage qui est fait des quartiers par les visiteurs peut faire émerger de nouvelles ambiances, notamment plus festives (Stock et Lucas, 2012). De plus, en tant que consommateurs distincts des autres usagers, ils ont le pouvoir de créer des potentialités, notamment commerciales, qui favorisent aussi l'utilisation différente du quartier. Bien que séjournant souvent à court terme en un endroit, les visiteurs et touristes associent une fonction, un usage et un sentiment aux lieux (Stock, 2005). Les expériences qu'ils y ont vécues de même que les souvenirs qui y sont associés constituent un produit de ces ambiances. On observe d'ailleurs, dans certains quartiers touristiques, des ambiances contrôlées et folklorisées créées de toute pièce dans l'optique de forger les expériences et les souvenirs des visiteurs; c'est là aussi l'un des dangers de l'industrie touristique qui sera évalué (Judd et Fainstein, 2003).

Pour mesurer l'apport des pratiques touristiques à la diversité des usages et des ambiances, il convient donc d'étudier ces pratiques, de les documenter et de voir comment elles contribuent, ou au contraire empêchent de générer différentes ambiances dans les quartiers.

#### 2.1.1.4 Diversité des temporalités

L'agencement des temporalités se fait principalement par la configuration des fonctions dans l'espace. Montgomery (1998) et Jacobs (1961) suggéraient par exemple la mise en place de différentes plages horaires dans le but d'animer la rue autant le jour que la nuit. La considération pour les questions temporelles permet en outre de maximiser les potentialités d'utilisation du quartier. Certains chercheurs se sont intéressés à la gestion des pointes (Lavadinho, 2009; Bianchini et Greed, 1995) et à la création d'environnements sur vingt-quatre heures (Campo et Ryan, 2008). Si

cet étalement dans le temps permet de donner un accès à tous aux services urbains (Mallet, 2014) elle peut toutefois faire place à des dérives. Roberts et Turner (2005) proposent ainsi de bien règlementer ces fonctions et d'encadrer leur déploiement afin de maximiser le succès de l'opération.

En dépit de cette économie ludique, un achalandage important peut émerger par la création d'une centralité et entraîner un prolongement des heures d'ouverture des commerces (Bianchini et Greed, 1999). Puisque l'interface entre les espaces publics et privés est très importante dans l'animation du domaine public, ce prolongement des heures d'ouverture risque d'accentuer l'intensité urbaine par le prolongement dans le temps de l'ouverture des façades (Dovey et Symons, 2014). Un espace perméable et transparent de jour, qui laisse voir l'activité à l'intérieur d'un édifice, devient imperméable et opaque de soir puisque l'absence de lumières, voire la présence d'une grille, vient rendre l'interface étanche. Ainsi, l'aménagement d'espaces mixtes, qui se complètent de façon temporelle, permet de générer encore davantage de potentialités d'usages et d'ouvrir ces façades pour une plus longue période de temps.

Au-delà de la mixité fonctionnelle déjà largement évoquée, il convient également d'agrémenter l'espace public de différents autres marqueurs temporels. C'est le cas notamment de l'évènement qui peut, non seulement amener un nombre important de gens dans un lieu précis en un temps donné, mais surtout favoriser le sentiment d'attachement au lieu en multipliant les interactions et en changeant temporairement la fonction d'un site (Hughes, 1999 ; Pradel, 2007). Ces évènements ont aussi des retombées durables dans le temps, car ils changent la perception d'un lieu (Pradel, 2010) et créent une image de ville qui ne dort jamais (Gravari-Barbas, 2007).

#### 2.1.1.4.1 Diversité des temporalités et pratiques touristiques

Les pratiques touristiques peuvent influencer de manière importante la diversité des temporalités dans les quartiers. Le détachement du quotidien, qui constitue par définition l'activité touristique (Urry, 1990/2002), contribue notamment à l'étalement des heures de pointe (Cazes et Potier, 1996). Les pratiques touristiques se font souvent en dehors des heures «normales», soit celles du quotidien des résidents. Toutefois, les variations saisonnières attribuables à l'industrie touristique peuvent aussi nuire à la diversité des temporalités en concentrant un nombre important de pratiques dans un temps très court. En contrepartie, elles ont aussi le potentiel d'étaler dans le temps un achalandage important dans les quartiers et générer des nuisances pour les autres usagers (Tan et Klaasen, 2007).

Les pratiques touristiques sont aussi très souvent orientées autour des événements culturels et festifs, et peuvent ainsi présenter un atout pour la tenue de ceux-ci, notamment en permettant un changement d'image associée à certains lieux (Pradel, 2007). La concentration temporelle, et spatiale, dans le cas de l'évènement, risque toutefois de causer des problèmes de cohabitation.

### 2.2 Identification des variables de la qualité urbaine et évaluation des pratiques touristiques

La définition conceptuelle de ces quatre opérateurs de l'intensité urbaine nous permet de définir les variables à l'étude, lesquelles sont présentées au tableau 2.1. Nous étudions ainsi globalement six variables, dans l'optique de dresser un portrait des quartiers à l'étude, puis nous nous concentrons sur la façon dont interviennent les pratiques touristiques en fonction des variables spécifiques identifiées à droite du tableau. Nous pourrions donc dresser un bilan général de la qualité de chacun des opérateurs et comprendre, en regard des constats initiaux, comment les pratiques touristiques interviennent, positivement ou négativement.

Tableau 2.1 – Identification des variables à l'étude

Opérateurs	Variables à l'étude	
	<i>Portrait global</i>	<i>Impacts des pratiques touristiques</i>
Diversité formelle	<i>Interfaces physiques</i>	<i>Interfaces physiques des infrastructures et commerces à vocation touristique</i>
Diversité fonctionnelle	<i>Diversité commerciale</i>	<i>Commerces axés vers le visiteur et le touriste</i>
Diversité des usages et des ambiances	<i>Pratiques générales dans l'espace public</i>	<i>Pratiques touristiques dans l'espace public</i>
	<i>Éléments de mise en tourisme</i>	<i>Perception de la mise en tourisme par les visiteurs</i>
Diversité des temporalités	<i>Horaires des commerces</i>	<i>Horaires des commerces à vocation touristique</i>
	<i>Achalandage général dans le quartier</i>	<i>Variation saisonnière</i>

Ainsi, pour la dimension formelle, nous retiendrons la qualité des interfaces physiques entre les espaces publics et les espaces privés. L'ensemble des façades dans les quartiers à l'étude ont ainsi été recensés, ce qui nous a permis de dresser un portrait en matière de perméabilité, transparence et de retrait. Nous pourrions ensuite concentrer cette analyse en pointant les édifices associés à la présence du tourisme de plus systématiquement et voir leur intégration dans le tissu urbain.

En matière de diversité fonctionnelle, nous avons étudié les rez-de-chaussée commerciaux dans les secteurs d'étude. Nous avons ainsi pu dresser un portrait en fonction des différentes catégories et surtout des clientèles probables. Cette analyse nous a ainsi permis de voir la répartition des établissements et institutions dites touristiques, c'est-à-dire principalement axés sur les pratiques touristiques. Ces portraits nous ont apporté une meilleure compréhension des flux de visiteurs et des polarités au sein des quartiers.



Pour la diversité des usages et des ambiances, nous avons observé les différentes utilisations qui sont faites des lieux publics et avons qualifié les ambiances qui s'en dégagent. Ces observations nous permettront également de focaliser sur différentes pratiques, notamment touristiques, dans les lieux à l'étude. De plus, nous avons validé nos observations avec les visiteurs eux-mêmes par le biais de questionnaires dont le contenu sera détaillé dans la section 3 du présent chapitre. Nous avons également documenté la perception des usagers quant à la qualité de l'ambiance dans les quartiers visités.

Finalement, en matière de diversité des temporalités, nous avons observé les variations dans le temps de l'ouverture des commerces. Cette analyse nous a permis de comprendre notamment les différents flux à différents moments du jour, de la semaine et de l'année. Nous jetterons également un regard plus approfondi sur les établissements et institutions à vocation touristique afin de voir les schèmes d'ouverture.

Pour mesurer chacune de ces variables, nous avons eu recours à trois méthodes : le questionnaire, l'observation non participante et le relevé terrain. Chacune de ces méthodes a été appliquée dans deux cas: les quartiers du Vieux-Montréal au Québec et de San Telmo en Argentine. La prochaine section documente la démarche utilisée.

## 2.3 Méthodologie

Cette section expose la stratégie méthodologique utilisée. Nous présenterons dans un premier temps les raisons ayant motivé notre choix de faire appel à l'approche par étude de cas, puis les différentes méthodes utilisées pour valider nos hypothèses et atteindre nos objectifs de recherche.

Soulignons qu'il s'agit d'une recherche de nature exploratoire (Gauthier, 2010). Le cheminement est hypothéticodéductif et il vise à documenter l'impact des pratiques touristiques sur la qualité urbaine. Cette démarche nous a ainsi permis, après

l'analyse des phénomènes dans nos deux études de cas, de mieux comprendre les liens de causes à effets qui n'ont toutefois pas la prétention d'être généralisables (Dépelteau, 1998). Le cadre théorique employé pour cette recherche n'avait jamais été utilisé auparavant et il nous a permis de faire le pont entre les pratiques touristiques et la qualité urbaine. Pour ce faire, nous avons eu recours à trois outils méthodologiques : le relevé terrain, l'observation non participante et le questionnaire.

### 2.3.1 L'approche comparative par études de cas

L'approche comparative en études urbaines connaît un renouvellement depuis quelques années (Ward, 2010). En continuité avec les travaux actuels, nous avons choisi d'utiliser une analyse de type relationnelle, en opposition aux méthodes plus traditionnelles qui s'intéresseraient à des cas similaires ou présentant des contextes sociaux et économiques apparentés (Kantor et Savitch, 2005). Cette façon d'appréhender l'analyse prône notamment l'étude de cas évoluant dans des contextes opposés afin de faire ressortir les particularités de chacun d'eux: «difference needs to be viewed less as a problem to be avoided and more as a productive means for conceptualizing contemporary urbanism.» (McFarlane et Robinson, 2012 : 767) Nous avons donc retenu des cas «exemplaires ou exagérés» (Roy, 2010 : 206) afin de renforcer notre compréhension des effets des pratiques touristiques sur la qualité urbaine; l'objectif n'étant pas de généraliser à tous les quartiers accueillant des visiteurs, mais bien de comprendre le phénomène de manière globale. L'un des avantages de cette méthode est notamment la réduction de l'ethnocentrisme, c'est-à-dire que l'observation dans d'autres contextes culturels permet de mettre en perspective sa propre expérience (Pickvance, 1986).

Cette méthode ne permettrait d'ailleurs pas de généraliser des phénomènes et théories de manière universelle puisqu'elle s'intéresse aux liens de causes à effets dans des contextes donnés (Ward, 2010). Cette façon de comparer les villes remet aussi en doute l'échelle d'analyse privilégiée dans les dernières décennies et favorise les

territoires qui accueillent des phénomènes précis à l'étude, en l'occurrence des pratiques touristiques, plutôt que des territoires administrativement définis (Robinson, 2011; Ward, 2010). Robinson (2011) déplore par ailleurs l'absence de considération des chercheurs pour les études comparatives nord-sud. Les contextes différents, économique et social notamment, expliqueraient ce manque d'intérêt depuis plusieurs décennies. Elle soulève toutefois la panoplie de possibilités qu'offre ce type de comparaison afin notamment d'expliquer les relations de causes à effets. Pour elle, plus les cas sont différents, plus leur croisement permettra de mettre en relief des éléments d'analyse pertinents.

Dans le cadre de cette étude, nous étudions deux zones ayant fait l'objet de stratégies de mise en tourisme dans les dernières années et qui présentent *a priori* des différences majeures. Nous avons recours à deux études de cas : le Vieux-Montréal et San Telmo. Il convient de souligner que (Roy, 2010 : 205): «l'étude de cas s'intéresse à un nombre limité de sujets et ne prétend pas à la représentativité statistique.» Il s'agit de documenter un phénomène précis en l'observant dans deux contextes.

Quant à la validité interne, nous avons eu recours à la triangulation des données. C'est-à-dire que chacune des variables plus susceptibles de présenter des biais, dites subjectives, a été validée par une seconde méthode. Dans certains cas, les données recueillies sont complètement objectives, voire quantitatives, et ne nécessitent pas de second traitement. C'est le cas par exemple de la recension des commerces.

Étant donné le caractère exploratoire de notre étude et les difficultés à cerner l'activité touristique dans la ville – soulevées par bon nombre de chercheurs dans la littérature – nous avons préféré utiliser une méthode principalement qualitative qui nous permet de «"découvrir" et mieux comprendre des phénomènes nouveaux ou difficiles à mesurer.» (Roy, 2010 : 208) Tel que mentionné, certaines données ont toutefois aussi fait l'objet d'un traitement quantitatif. Le fait de se limiter à deux cas d'études nous permet également d'approfondir notre compréhension du sujet et ainsi

mieux identifier les liens de causes à effets. L'étude de cas permet notamment une plus grande intégration et prise en compte de facteurs contextuels et historiques, et permet surtout une analyse plus nuancée qu'un échantillon plus vaste ne permettrait pas d'atteindre (Roy, 2010; Gagnon, 2012). Il s'agit ainsi d'une stratégie idiographique qui nous permet de comprendre des phénomènes ponctuels plutôt que généralisés (Gagnon, 2012). Pour Robinson (2011), la contextualisation des cas demeure primordiale dans une perspective de comparaison nord-sud afin de bien mettre en contexte les subtilités et les variables teintant l'analyse. C'est pourquoi chaque cas est précédé d'une description relatant le contexte de chacun d'eux.

#### 2.3.1.1 Le choix des cas à l'étude

Tel que mentionné, nous avons cherché à étudier des cas suggestifs, exemplaires, où les pratiques touristiques sont concentrées. Dans une perspective comparative, on a toutefois cherché à étudier deux quartiers aux paramètres similaires, mais qui accueillent des pratiques touristiques distinctes; c'est du moins notre hypothèse de base.

Le tableau 3.1 reprend ainsi les éléments de comparaison qui ont justifié le choix des deux villes et des deux quartiers. On observe notamment plusieurs points communs entre les contextes historiques, géographiques et morphologiques des deux quartiers à l'étude. En effet, les deux constituent les plus vieux ensembles construits dans chacune des deux villes, ayant ainsi un tissu urbain historique et une trame urbaine plus dense. Les deux sont également protégés par des politiques et règlements patrimoniaux, ayant mené, dans les deux cas, au développement à la fois planifié et endogène de pratiques touristiques dans le quartier.

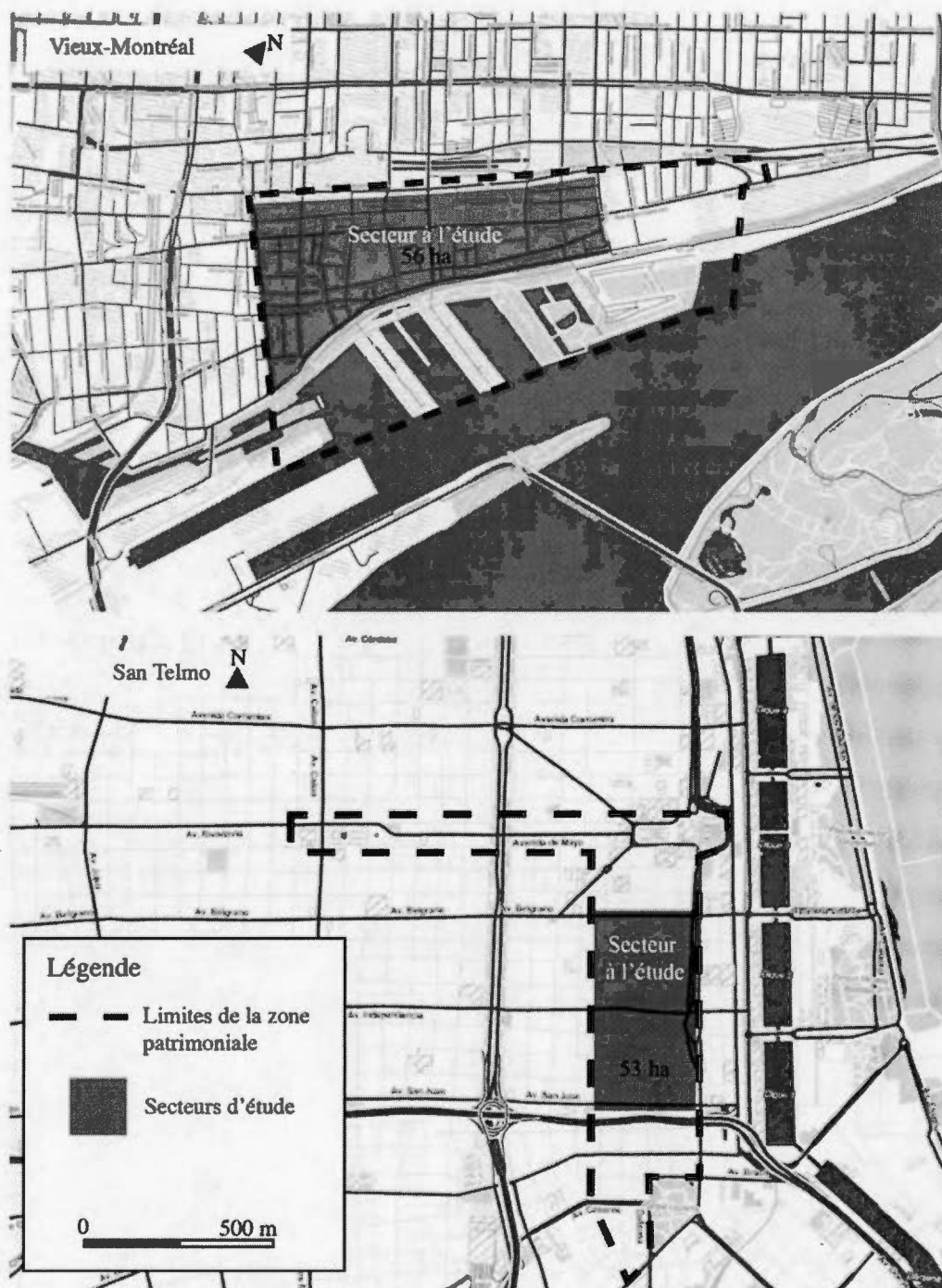


*Tableau 2.2 - Similitudes et différences entre le Vieux-Montréal et San Telmo*

<b>Points de convergence</b>	<b>Vieux-Montréal</b>	<b>San Telmo</b>
Quartier historique	Lieu de fondation de la ville	À proximité du lieu de fondation, plus vieux quartier encore debout
Quartier patrimonial	Protégé depuis 1966	Protégé depuis 1979
Quartier mis en tourisme	Depuis les années 60	Depuis les années 80
Localisation géographique analogue	Près du centre des affaires	Près du centre des affaires et politique
Métropole de leur nation <sup>4</sup> respective	Montréal est la métropole du Québec	Buenos Aires est la métropole et capitale de l'Argentine

Les comparaisons en matière de population sont difficiles en raison des divisions administratives qui diffèrent grandement. Le secteur d'étude de San Telmo chevauche officiellement deux quartiers. Par contre, en matière de tourisme et de promotion, aucune distinction n'est faite et les gens, résidents comme visiteurs, réfèrent à cette zone comme étant San Telmo. Les données de recensement ne sont toutefois disponibles que par quartier, rendant impossible la comparaison avec le Vieux-Montréal. Par contre, les deux quartiers couvrent une superficie équivalente, et les deux font partie d'une zone patrimoniale protégée. Il s'agit également, dans les deux cas, des zones ayant fait l'objet de rénovation et de stratégies de mise en tourisme.

<sup>4</sup> Au-delà des considérations politiques, on veut dire ici que les deux constituent des centres décisionnels importants, notamment au point de vue économique et culturel. Montréal est considérée comme une métropole à part en raison d'un «isolement» linguistique, alors que Buenos Aires est la métropole (et capitale) incontestée de l'Argentine.



Figures 2.3 et 2.4 – Cartes sommaires des deux cas à l'étude

Notre hypothèse de base motive le choix des deux cas d'étude. Nous croyions que les visiteurs de Buenos Aires sont plus jeunes, plus éduqués, voyagent plus souvent seuls et présentent un intérêt plus grand envers la culture du pays visité. En revanche, Montréal attire surtout des visiteurs de courte durée qui veulent simplement relaxer et passer du bon temps. Cette hypothèse a par ailleurs été validée. Ainsi, si les contextes des quartiers sont fortement apparentés, les pratiques touristiques diffèrent et ont un impact différent sur la qualité urbaine.

L'étude comparative nous a ainsi permis de documenter ces pratiques dans les deux contextes et voir leurs effets sur ces deux quartiers à l'histoire de développement similaire. Dans chacun des deux cas, nous avons étudié les mêmes variables avec les mêmes méthodes afin de faciliter le croisement des données.

### 2.3.2 Méthodes de recherche

Le tableau 2.3 reprend les méthodes employées en fonction des variables à l'étude. La méthode principale est celle des relevés terrain qui nous a permis de documenter les aspects tangibles des quartiers : les interfaces entre espaces publics et privés, les façades et les commerces. Nous avons ensuite eu recours aux observations non participantes qui nous ont permis de documenter les éléments intangibles, c'est-à-dire les usages et ambiances, et surtout les pratiques touristiques. Étant donné la difficulté importante d'isoler ces pratiques parmi d'autres, et surtout pour pallier à la subjectivité potentielle des observations, nous avons validé nos constats à l'aide des questionnaires administrés aux visiteurs selon un échantillonnage aléatoire.

Tableau 2.3 – Méthodes de recherche employées et variables à l'étude

Opérateurs	Variables à l'étude		Méthodes
	<i>Portrait global (Variables indépendantes)</i>	<i>Impacts des pratiques touristiques (Variables dépendantes)</i>	
Diversité formelle	<i>Interfaces physiques</i>	<i>Interfaces physiques des infrastructures et commerces à vocation touristique</i>	Relevés terrain
Diversité fonctionnelle	<i>Diversité commerciale</i>	<i>Commerces axés vers le visiteur et le touriste</i>	Relevés terrain
Diversité des usages et des ambiances	<i>Pratiques générales dans l'espace public</i>	<i>Pratiques touristiques dans l'espace public</i>	Observations non participantes Questionnaires
	<i>Éléments de mise en tourisme</i>	<i>Perception de la mise en tourisme par les visiteurs</i>	Questionnaires
Diversité des temporalités	<i>Horaire des commerces</i>	<i>Horaires des commerces à vocation touristique</i>	Relevés terrain
	<i>Achalandage général dans le quartier</i>	<i>Variation saisonnière</i>	Relevés terrain Observations non participantes

Cette stratégie nous permet ainsi de bien contextualiser les deux cas à l'étude de manière objective, de trianguler les données plus subjectives et éventuellement de faire le lien entre les deux. Reprenons maintenant chacune des méthodes employées.

#### 2.3.2.1 Relevés terrain

Les relevés nous ont permis d'amasser beaucoup d'information objectivement; ou plus concrètement, d'effectuer l'inventaire du quartier. Pour les raisons évoquées dans les chapitres précédents, nous nous sommes concentrés sur l'analyse des rez-de-chaussée; principalement de leurs interfaces et de leurs compositions commerciales.



Les interfaces entre les espaces publics et privés ont donc été étudiées à l'aide de la typologie élaborée par Dovey et Pafka (2011); alors que les commerces ont été catégorisés en fonction d'une grille proposée par la Fédération nationale des agences d'urbanisme de France (FNAU), que nous avons nous-mêmes complété pour les besoins de cette étude. Cette grille a été retenue, car elle regroupait un nombre de catégories satisfaisant pour les besoins de l'étude et permettait des adaptations. Les relevés terrain dans le Vieux-Montréal ont été effectués du 1<sup>er</sup> au 15 novembre 2014, alors que ceux dans San Telmo ont été menés du 1<sup>er</sup> au 15 mars 2015.

Les relevés à Montréal ont été effectués à l'aide du logiciel *FulcrumApp* qui synchronise en temps réel les données saisies dans la base de données. Les erreurs de retranscription sont donc nulles bien que de rares erreurs de saisie puissent s'être glissées. Dans le cas de Buenos Aires, il nous était impossible pour des raisons de sécurité et d'accès au réseau d'utiliser un appareil mobile. Les relevés ont donc été faits à la main à l'aide d'une grille papier (Annexe 1), puis retranscrits dans la même base de données. Bien qu'un certain nombre d'erreurs de saisie et de transcription peuvent s'être glissées, un soin particulier y a été mis. Toutes les données recueillies ont par la suite été traitées dans le logiciel de système d'information géographique *Quantum GIS*. Pour minimiser les biais, une seconde visite terrain a été effectuée dans les quartiers afin de valider les informations recueillies et traitées.

#### 2.3.2.1.1 Étude des interfaces

Dans un premier temps, nous avons documenté l'interface entre les espaces publics et privés puisqu'il s'agit d'un indicateur important de la qualité de la forme urbaine (Dovey et Pafka, 2014 ; Gehl, Johansen Kaefer et Reigstad, 2006). Différents travaux ont été menés dans l'optique de définir une typologie d'analyse de ces interfaces (Dovey et Wood, 2011; Gehl, Johansen Kaefer et Reigstad, 2006; Lopez, 2007; Mehta, 2007). Certaines d'entre elles sont trop concentrées sur les questions architecturales pour les besoins de notre étude et c'est pourquoi nous avons retenu

celle de Dovey et Pafka (2011, 2014). Elle retient trois critères : perméabilité, transparence et retrait. La notion de perméabilité est associée ici à celle de l'accessibilité : y'a-t-il une porte ou non; celle de la transparence implique la dimension de la visibilité entre les deux espaces; et celle de retrait se définit par un espace de dégagement supérieur à un mètre entre le domaine public et le domaine privé. Ce critère de distance varie selon les études, mais nous croyons qu'un retrait d'un mètre est suffisant pour permettre un abri, ou un repos du domaine public tel qu'observé dans d'autres études de cas (Gehl, Johansen Kaefer et Reigstad, 2006).

Nous avons également ajouté une section sur les terrasses puisque leur présence accentue la visibilité des commerces et anime considérablement la rue. Les typologies de terrasses sont les suivantes : à l'avant du commerce, sur le côté, à l'arrière et sur rue. Une section a également été consacrée à la promotion sur le domaine public, autant par de simples panneaux que par des employés responsables de la promotion.

La dimension du temps a également été intégrée à l'étude des interfaces. L'horaire des commerces a été pris en compte et six périodes types ont été recueillies. De cette façon, on peut voir où se situe l'achalandage aux différentes heures du jour et de la nuit et quels endroits sont les plus intéressants et sécuritaires pour les déplacements piétons. Nous avons ainsi étudié deux jours de la semaine, en l'occurrence le mercredi et le vendredi, à trois moments de l'année : janvier, juin et octobre. Ces périodes nous permettent de voir les variations à la fois saisonnière et hebdomadaire.

Dans le cas montréalais, janvier constitue la période creuse, juin la haute saison et octobre reflète une situation moyenne (Tourisme Montréal, 2015). Dans le cas de Buenos Aires, l'achalandage touristique est relativement égal tout au long de l'année (OTCBA, 2015). Le type de pratiques et surtout les visiteurs varient cependant beaucoup en fonction de la période de l'année. Ainsi, janvier correspond à la période estivale où un grand nombre de visiteurs provient des autres pays d'Amérique du Sud. La période de juin correspond à l'automne, mais une bonne partie du tourisme

occidental s'y rend à ce moment, et c'est finalement octobre qui correspond à la période la plus creuse.

Pour ce qui est des jours de la semaine, nous avons retenu le mercredi, car il correspond à un jour normal où tout est généralement ouvert; et le vendredi, car il correspond au jour où les commerces sont généralement ouverts le plus longtemps et où les gens sortent pour se divertir.

Les heures d'ouverture des commerces ont été recensées lors des visites terrain. Dans les cas où les horaires n'étaient pas affichés de façon permanente, le chercheur demandait aux commerçants des horaires types d'ouverture pour les trois périodes analysées. Si le commerce était fermé lors de son passage, il faisait une recherche sur le site web de l'entreprise et lorsque l'information n'était pas disponible, il retournait sur les lieux pour recueillir l'information. Nous avons ainsi pu colliger les informations d'horaire pour 96% des établissements recensés.

#### 2.3.2.1.2 Analyse fonctionnelle

La typologie des commerces utilisée a été élaborée par la Fédération nationale des agences d'urbanisme de France (FNAU), car elle présentait un certain nombre d'avantages. Nous proposons toutefois quelques modifications pour la rendre plus adaptée aux besoins de cette recherche. La typologie de base regroupe onze catégories de commerces que voici (pour voir les détails et la liste exhaustive d'inclusion, consulter l'annexe 1) :

- 1.1 Commerces multiples
- 1.2 Commerces alimentaires
- 1.3 Équipement de la personne
- 1.4 Équipement de la maison
- 1.5 Équipement santé-beauté-hygiène
- 1.6 Équipement culture loisir
- 1.7 Auto-moto commerces et entretien
- 1.8 Autres commerces divers

1.9 Hôtels, café et restaurants

1.10 Service à caractère commercial

1.11 Services tertiaires ayant vitrine sur rue

Nous ajoutons également la catégorie 12. *Équipements divers*, car la typologie initiale ne prévoit pas l'inclusion d'autres types d'équipements, tels que musées et autres institutions. Dans l'optique de refléter le plus fidèlement la mixité des fonctions et surtout l'offre touristique, cette catégorie apparaît essentielle. De plus, pour l'adapter encore davantage à notre recherche, il convenait de désagréger certaines catégories pour en faciliter l'analyse. Ainsi, la catégorie «hôtels, cafés et restaurants» sera comptabilisée en sept sous-catégories.

Nous avons aussi désagrégré en deux sous-catégories la section des commerces alimentaires, et avons ajouté une catégorie 13. *Vacant / En construction* pour analyser le taux de vacance en fonction des différentes zones. Dans l'optique de mesurer les effets de la mondialisation de l'offre commerciale décrits dans certains quartiers, nous avons ajouté une catégorie sur la bannière des commerces. Cette grille détaillée nous a permis de cartographier l'ensemble de l'offre commerciale du quartier en fonction des besoins de cette étude.

#### 2.3.2.2 Observations non participantes

Nous avons aussi eu recours à l'observation non participante pour mesurer les variables associées à la diversité des usages et des ambiances et la diversité des temporalités. Il s'agit d'une méthode directe : «le regard du chercheur porte sur les phénomènes eux-mêmes et non sur les perceptions de phénomènes par des enquêtés.» (Dépelteau, 1998 : 336) Nous avons choisi de mener les observations de façon non participante afin de ne pas intervenir dans le comportement des gens observés. Dans le cadre de cette recherche, il s'agit d'observations de type hypothéticodéductif qui nous servent à valider l'hypothèse émanant du cadre théorique (Dépelteau, 1998). C'est-à-dire que nous insistions sur certains détails précis, en l'occurrence les



pratiques touristiques, afin de comprendre ce phénomène dans l'espace et dans le temps. On cherchait à comprendre non seulement quelles sont ces pratiques, mais comment elles sont vécues dans les quartiers à l'étude.

Les observations visaient donc à comprendre deux choses : les différents flux, dans le temps et dans l'espace, et les comportements et usages se déroulant dans les quartiers. La grille d'observation était donc orientée vers ces deux éléments et nous a permis de documenter les variations dans les pratiques générales, en focalisant cependant sur les pratiques touristiques dans les deux quartiers à l'étude (voir Annexes 2 et 3).

Les observations se sont déroulées en haute saison touristique, en l'occurrence en mars et avril pour San Telmo et en juin et juillet pour Montréal. Elles ont été faites sur deux périodes de deux semaines et une rotation dans les heures de début et de fin était faite dans l'optique de couvrir toute la journée. Le tableau 2.4 reprend ainsi les heures pour chacune des périodes. Les périodes d'observation se sont échelonnées du 2 au 14 mars et du 30 mars au 13 avril 2015 pour San Telmo; du 1<sup>er</sup> au 14 juin et du 13 au 25 juillet 2015 pour le Vieux-Montréal. Ces périodes ont été choisies en fonction de l'achalandage touristique. Il s'agit dans les deux cas de la haute saison qui nous permettait de voir le phénomène touristique à son plus fort.

*Tableau 2.4 – Périodes et heures d'observation*

Semaine 1			Semaine 2	
Jours	Heures		Jours	Heures
Lundi	7h-19h		Lundi	-
Mardi	-		Mardi	7h-19h
Mercredi	11h-23h		Mercredi	-
Jeudi	-		Jeudi	11h-23h
Vendredi	17h-5h		Vendredi	-
Samedi	-		Samedi	17h-5h
Dimanche	5h-17h		Dimanche	-

Elles ont été alternées sur les deux semaines afin de maximiser l'étude des lieux et de valider au cours de la deuxième semaine le déroulement des activités qui ont été observées lors de la première semaine. Elles ont toutes été décalées, sauf pour le dimanche où les heures ont été ajustées en fonction d'une plage horaire pressentie, concentrée le jour. Le chercheur observait les espaces publics dans l'optique de comprendre les comportements et usages pour une période de vingt minutes, puis se déplaçait vers les rues commerciales pour en mesurer l'achalandage et observer les types de pratiques.

Les trajets et séquences de visite ont été adaptés en fonction des données à recueillir. Ainsi, un parcours a été déterminé pour chacun des deux quartiers et il permettait, dans les deux cas, de mesurer l'achalandage sur les artères commerciales, les places publiques et les rues secondaires. Considérant la vaste superficie des terrains à l'étude, le parcours constituait la meilleure façon de couvrir le plus d'espaces possible.

### 2.3.2.3 Questionnaires

Étant donné le caractère direct de l'observation, c'est-à-dire qu'elle n'informe pas le chercheur des perceptions des sujets d'étude, nous avons eu recours aux questionnaires afin d'analyser le revers des pratiques touristiques en se concentrant sur les perceptions des visiteurs (Blais et Durand, 2010). Les résultats de ces questionnaires nous ont ainsi permis de valider nos observations plus systématiquement. Nous nous sommes également intéressés à la perception de la qualité urbaine par les visiteurs qui ne peut être mesurée autrement qu'en leur demandant.

Les questionnaires ont été administrés en personne entre le 1<sup>er</sup> juin et le 15 juillet 2015 dans le Vieux-Montréal, et entre le 15 mars et le 1<sup>er</sup> mai 2015 dans San Telmo. Les fins de semaine ont été privilégiées par souci d'efficacité. Le taux de refus a été dans les deux cas inférieur à 15% ce qui est beaucoup moins élevé que la plupart des

sondages (Blais et Durand, 2010). Le fait que les questionnaires eurent été administrés en personne explique probablement cette réalité. Par contre, cette méthode de distribution, en personne, peut aussi augmenter les biais de désirabilité sociale, c'est-à-dire le désir de plaire ou de paraître normal des répondants. Pour minimiser ce biais, les répondants remplissaient eux-mêmes le formulaire, en silence, et le chercheur demeurait à proximité en cas de questions. Un énoncé de confidentialité était aussi lu dès le départ pour rassurer les répondants.

Afin de faciliter la compréhension par les répondants et augmenter leur capacité à répondre (Blais et Durand, 2010), les questionnaires ont été traduits en trois langues (Annexes 4 à 6) : français, anglais et espagnol et bien sûr administrés selon la langue dans laquelle le répondant était le plus à l'aise. La plupart des répondants (tous à l'exception de deux) ont rempli le formulaire du début à la fin, y consacrant tout le temps nécessaire, soit en moyenne six minutes.

Toutes les questions étaient de type fermé afin de faciliter l'analyse et accélérer le temps de complétion.

#### 2.3.2.3.1 Échantillonnage

La population à l'étude est celle des visiteurs, ceux qui pratiquent les quartiers à l'étude de manière «touristique». Nous avons retenu la définition utilisée notamment par Cazes et Pothier (1996) : toute personne séjournant dans la ville pour plus de vingt-quatre heures et vivant à plus de cent kilomètres. Nous excluons ainsi les visiteurs locaux et les excursionnistes qui n'entrent pas dans cette définition et qui ne pratiquent pas l'espace de la même manière; ils ne consomment pas, par exemple, de services d'hébergement.

La méthode d'échantillonnage utilisée est de type probabiliste (Beaud, 2010). Les individus ont été sélectionnés au hasard en quatre lieux publics (deux par quartier), choisis en fonction de la densité de visiteurs; toujours par souci d'efficacité. La limite

principale de cette méthode est notamment la langue. Dans le cas de San Telmo par exemple, le public brésilien, qui constitue pourtant une clientèle très importante, était très difficile à rejoindre; alors que dans le cas de Montréal, la clientèle asiatique n'a été que très peu rejointe pour ces mêmes raisons. Nous sommes malgré tout parvenus à recueillir quelques répondants dans les deux cas. Les profils statistiques des répondants sont consultables à l'annexe 7.

Nous avons ainsi administré soixante-seize (76) questionnaires dans San Telmo et soixante-dix-huit (78) dans le Vieux-Montréal. Rappelons qu'il s'agit d'une recherche de type exploratoire et hypothéticodéductive et que l'objectif n'est pas de généraliser les résultats, mais bien d'avoir un éclairage sur les perceptions et pratiques touristiques des individus.

Ces trois méthodes réunies nous permettent ainsi d'avoir un portrait global des pratiques touristiques et des perceptions des différents opérateurs de la qualité urbaine. Les relevés terrain nous ont permis de dresser des constats généraux, les observations d'évaluer les flux et l'achalandage, en plus de comprendre les usages et ambiances, alors que les questionnaires nous ont permis d'étudier les perceptions et pratiques réelles des visiteurs. Chacune de ces trois méthodes a été faite à deux reprises, d'abord dans le Vieux-Montréal, puis dans San Telmo. Les deux prochains chapitres présentent les résultats pour chacun des quartiers.



## **CHAPITRE III**

### **LE CAS DU VIEUX-MONTRÉAL**

Ce chapitre présente les résultats de la recherche pour le cas du Vieux-Montréal. Il vise à répondre aux deux premières questions de recherche : quels sont les effets des pratiques touristiques sur la qualité urbaine et leurs effets sur les autres usagers. La première partie du chapitre situera le quartier géographiquement et historiquement afin de comprendre notamment les choix politiques de mise en tourisme et d'aménagement qui ont été faits au fil des ans. Ce survol nous permettra de comprendre comment l'offre touristique s'est constituée et comment l'industrie touristique a évolué en parallèle des autres fonctions et usagers du quartier.

Les résultats de la recherche seront exposés dans la seconde partie. Nous présenterons le portrait global du quartier en fonction des quatre opérateurs de la qualité urbaine dressé à l'aide des outils et paramètres méthodologiques exposés au chapitre 2. Une fois ces résultats présentés, nous serons à même de comprendre l'impact des pratiques touristiques sur la qualité urbaine dans le Vieux-Montréal et la façon dont la stratégie de mise en tourisme s'est opérée dans l'espace.

#### **3.1 Mise en contexte**

Le Vieux-Montréal constitue le lieu de fondation de la métropole québécoise. Son cadre bâti ancien témoigne d'une époque glorieuse de l'histoire de la ville, moment où Montréal était encore le centre financier et économique du Canada. La ville de Montréal comptait, en 2015, 1,7 million d'habitants, dans une région métropolitaine en comptant 3,8 millions (MAMROT, 2015; Statistique Canada, 2011). Le territoire de la ville s'étend sur 365 kilomètres carrés, et comporte une densité de population d'environ 4500 habitants par kilomètre carré (Statistique Canada, 2011). Sur le plan

administratif, la ville de Montréal est divisée en 19 arrondissements comportant chacun leur maire et leur conseil. Le Vieux-Montréal est situé dans l'arrondissement central de Ville-Marie, dirigé d'office par le maire de la métropole. Il constitue également un site patrimonial protégé en vertu de la loi sur le patrimoine culturel du Gouvernement du Québec.

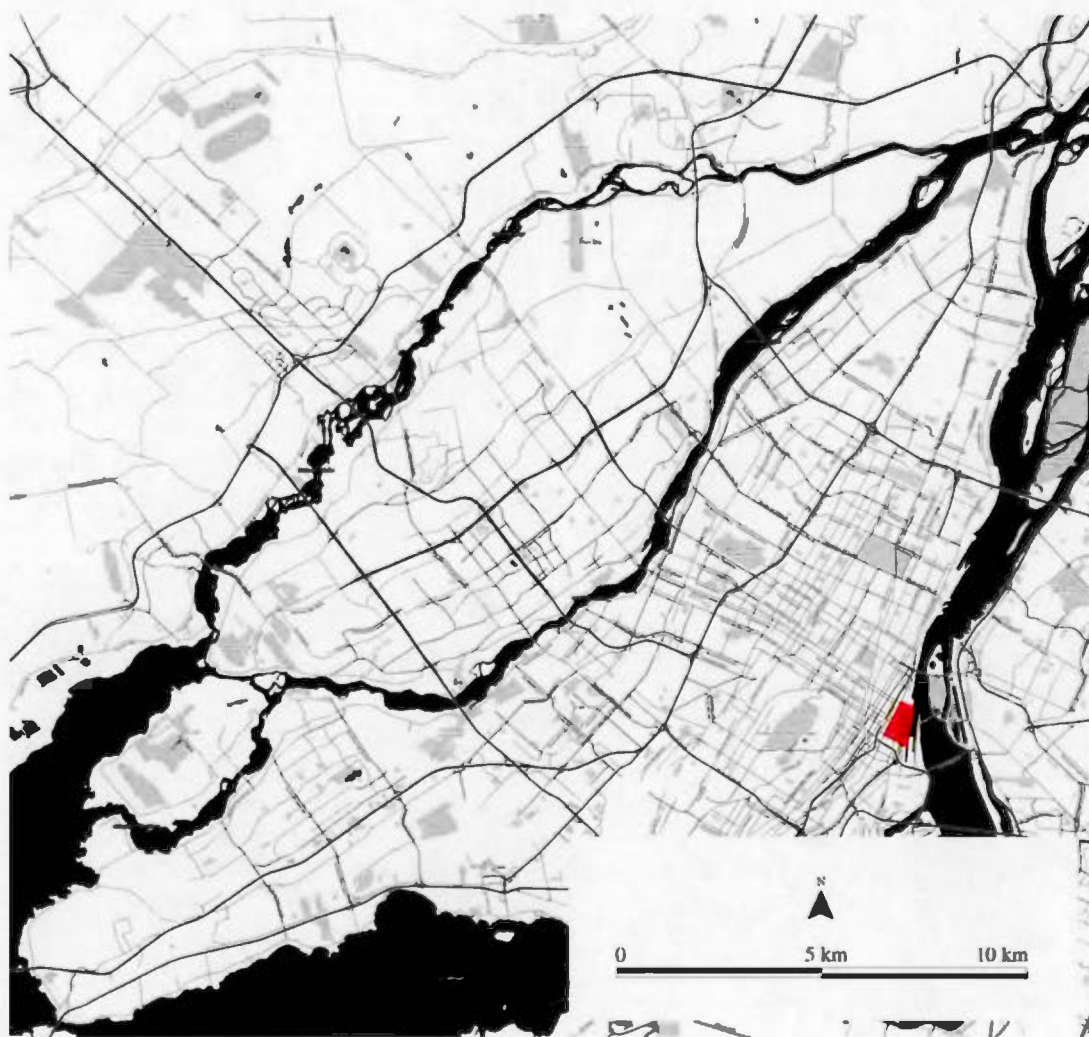


Figure 3.1 – Carte de l'île de Montréal et de la zone d'étude





Figure 3.2 – Carte de l'arrondissement Ville-Marie et localisation de la zone d'étude

La population du quartier n'a cessé de décroître jusqu'aux années 70, après quoi certains projets résidentiels ont été mis en place et ont permis d'augmenter le nombre de résidents, passant de 555 en 1976 à près de 3500 en 2011 (Statistique Canada, 2011)<sup>5</sup>.

De façon générale, les activités dans le Vieux-Montréal se divisent en deux secteurs distincts. La partie est a fait l'objet, tel qu'exposé dans la prochaine partie, de plusieurs mesures de mise en tourisme au fil des décennies, de sorte qu'elle constitue aujourd'hui l'épicentre touristique. En revanche dans la partie ouest, cette présence est plus diffuse et la dynamique complètement différente. L'axe de la rue McGill évolue par exemple en continuité du centre des affaires alors que les rues Notre-Dame et Saint-Jacques sont plus diversifiées. La partie historique nous permettra de comprendre les différentes phases d'évolution du quartier, de sa création, à sa mise en tourisme.

### 3.2 Historique du quartier : de la naissance à l'abandon

C'est en 1642, que Paul de Chomedey sieur de Maisonneuve fonde Ville-Marie, alors poste de colonisation catholique (Courcier, 2002). Le lieu exact de la fondation se situe à la Pointe-à-Callières, où sis aujourd'hui le musée d'archéologie du même nom. Le quartier, qui porte désormais le nom de Vieux-Montréal, allait se développer autour de ce point, en s'étalant au fil des ans. La colonie fut érigée à cet endroit spécifique en raison de sa localisation géographique : en aval des rapides de Lachine rendant le portage obligatoire jusqu'en amont. Ce statut de plaque tournante allait d'ailleurs permettre à Montréal de développer son rôle de ville carrefour au cours des siècles suivants.

---

<sup>5</sup> Ces données de population incluent toutefois certaines zones limitrophes au secteur d'étude et ne dressent pas fidèlement le portrait de la situation dans le quartier historique puisqu'elles suivent les divisions administratives de Statistique Canada; il s'agit toutefois des données les plus précises disponibles.



Ne constituant alors qu'un petit peuplement, Montréal est la cible récurrente des peuples iroquois. Cette situation force les autorités à construire des murs de fortification, d'abord de bois, puis de pierres, achevés en 1741 (Courcier, 2002). Les limites de la ville fortifiée s'étendent alors de l'actuelle rue McGill à l'ouest, à la ruelle des fortifications au nord, à la rue Saint-Hubert à l'est et à l'actuelle rue de la Commune au sud. L'activité économique et commerciale de la ville s'articule alors autour des rues Notre-Dame et Saint-Paul, au cœur du quartier : « Pour François Dollier de Casson, Seigneur de Montréal, à l'origine du premier plan d'aménagement de la ville en 1672, il s'agit en effet d'accorder la prééminence à la rue Notre-Dame (Robert, 1994). Les marchands et les artisans vivent et travaillent dans la « basse ville », le long de la rue Saint-Paul et des petites rues qui descendent vers le port (Michaud, 1991). » (Courcier, 2002 : 96) La colonie ne compte alors que quelques centaines d'habitants et abrite surtout des lieux du commerce de la fourrure et des institutions religieuses.

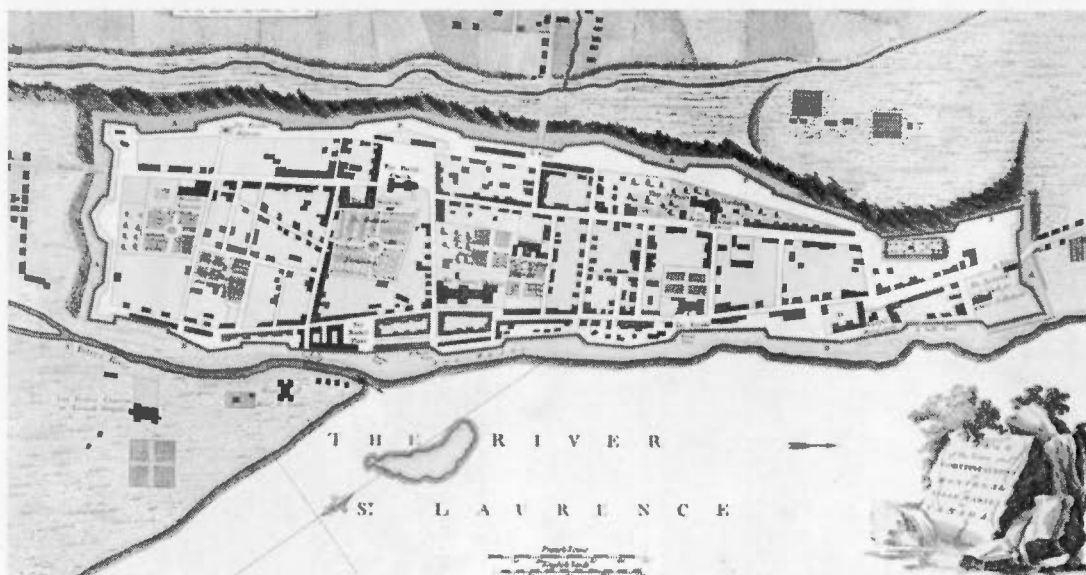


Figure 3.3 – Carte de Ville-Marie en 1758 illustrant les fortifications nouvellement construites (Jefferys, 1758)

La Nouvelle-France et Ville-Marie prennent surtout de l'expansion sous le régime britannique, à compter de 1759. La colonie réduira alors sa dépendance au commerce de la fourrure en développant une économie mixte profitant de la montée de la production agricole et du commerce du grain, de même que celui du bois. Bien que plus soutenu qu'à l'époque française, ce développement se fait au ralenti en raison des infrastructures portuaires déficientes et des inondations récurrentes. La démolition des fortifications est alors décrétée par Londres en 1801 suite à la diminution des affrontements avec les premières nations, et surtout aux besoins criants d'expansion et de fluidification de la circulation dans l'optique d'accélérer le développement. Cette ouverture de la vieille ville ouvre la porte à la consolidation des faubourgs environnants et au prolongement des rues principales. C'est également à ce moment que l'on construit le «front de mer»; qui deviendra l'actuelle rue de la Commune.

En 1825, l'ouverture du canal de Lachine renforce le rôle de Montréal comme plaque tournante et en fait la porte d'entrée de l'arrière-pays canadien et du Midwest américain. Les décennies qui suivent voient le port et ses infrastructures se consolider et les secteurs environnants s'industrialisent en parallèle puisque les usines s'installent à proximité de ces grandes infrastructures de transport. Le Vieux-Montréal, interface de la ville avec le fleuve, se développe aussi en continuité avec ces nouveaux développements et consolide son rôle de centre-ville (Courcier, 2002).

Une nouvelle place du marché y est d'ailleurs construite, la place Jacques-Cartier. Celle-ci deviendra le centre du commerce jusqu'à la construction du marché Bonsecours en 1844 (Courcier, 2002). Avec ses façades donnant à la fois sur la ville et sur le port, le nouveau marché fait, à l'instar du nouvel édifice de la Douane, le lien entre les deux. Les marchandises entrent alors d'un côté et les marchands de l'autre. Cette fonction commerciale se consolidera au fil des décennies autour des rues de la

Commune, alors appelée des Commissaires, et Saint-Paul. Puisque les bâtiments ayant pignon sur le port, côté sud, bénéficient d'un accès permettant aux marchandises d'y entrer et d'être élevées au niveau de la rue Saint-Paul, ces deux rues évolueront en parallèle et deviendront le haut-lieu des échanges et du commerce à Montréal. Courcier (2002 : 102) souligne également l'importance du port dans la vie sociale des habitants :

[Le port] joue un rôle à la fois économique et social, comme lieu d'arrivée des marchandises, des visiteurs et des immigrants. C'est aussi un lieu de fête et un espace de loisir, aussi bien l'hiver - des patinoires et des glissoires de glace sont aménagées sur la place Jacques-Cartier - que l'été : déjà au 19<sup>e</sup> siècle se pratique la descente des rapides de Lachine.

L'effervescence et la croissance soutenue du centre des affaires en font un lieu privilégié des échanges et des rapports sociaux, exacerbés par l'arrivée de milliers de passagers. Peu à peu, les gens s'y rendent de manière croissante dans le but exprès d'observer cette activité, à tel point qu'on organise la première visite guidée du quartier en 1917 (Alaoui, 2011). C'est en quelque sorte la naissance du tourisme dans le Vieux-Montréal.

Quelques années plus tard, les infrastructures portuaires allaient cependant être agrandies et l'interface avec la ville diminuée. Courcier (2002) souligne notamment comment la spécialisation du port, dans le transport et le commerce du grain, a joué un rôle d'importance dans la fermeture de cette interface. L'envergure des infrastructures requises est telle qu'il faut agrandir le port et clôturer certaines sections : «C'est à partir de ce moment-là qu'une rupture entre la ville et le port s'amorce.» (Courcier, 2002 : 105) Suite à cette coupure, les magasins entrepôts de la rue Saint-Paul cessent leurs opérations et le quartier commence à périlcliter.

Malgré ces changements, la consolidation des activités portuaires confirme le statut de Montréal comme centre financier du Canada. Ainsi, les fonctions d'affaires et de finances connaissent une croissance soutenue à compter de la fin du 19<sup>e</sup> siècle, en

parallèle, bien sûr, de l'augmentation des activités commerciales (Mongrain et Poitras, 2010). Ce phénomène de tertiarisation de l'économie, combiné plus précisément à l'expansion des compagnies d'assurance, favorise l'érection d'édifices de prestige où de nombreux travailleurs se rendent chaque jour. Principalement orientée autour de la place d'Armes et de la rue Saint-Jacques, cette croissance suit les innovations technologiques de l'époque et la hauteur des bâtiments évolue au fil de ces changements. Les édifices étaient alors conçus pour démontrer, sur le domaine public, le prestige des institutions et instaurer un climat de confiance à leur égard (Mongrain et Poitras, 2010).

Au début du 20<sup>e</sup> siècle, la croissance est telle que de nombreuses institutions et entreprises démolissent les édifices construits seulement vingt ans plus tôt pour en ériger de plus prestigieux et gagner en hauteur. C'est ce qui explique l'éclectisme aujourd'hui visible du cadre bâti du Vieux-Montréal (Mongrain et Poitras, 2010). Après l'âge d'or des compagnies d'assurances, ce seront les banques qui, quelques années plus tard, multiplieront les acquisitions et consolideront le centre des affaires montréalais (Mongrain et Poitras, 2010 : 16) Le rôle des compagnies de chemin de fer qui y construisent leurs sièges sociaux est aussi à souligner.

Même si, au cours des premières décennies du 20<sup>e</sup> siècle, la vieille ville continue de jouer un rôle majeur comme centre économique et financier, certaines entreprises quittent déjà ce centre pour se diriger plus au nord, rues Sainte-Catherine, de Bleury et Beaver Hall (Courcier, 2002). La crise de 1929 contribuera aussi au déclin de la vieille ville, car certaines activités industrielles, principalement dans les faubourgs limitrophes, sont carrément abandonnées. À partir de ce moment, une série de facteurs entraînent le déclin du port dans sa partie centrale, et font périlcliter le Vieux-Montréal dans leur sillage.



L'évènement marquant ayant accéléré le déclin du Vieux-Port et du Vieux-Montréal, voire de Montréal, est sans contredit l'ouverture de la voie maritime du Saint-Laurent en 1959 (Polèse, 2009). Cette nouvelle infrastructure entraîne la fermeture du canal de Lachine et fait perdre à Montréal son rôle de plaque tournante pour n'en faire qu'un lieu de transit. Les changements technologiques, notamment l'élargissement de la taille des navires, rendent inutiles les installations traditionnelles dont est pourvu le Vieux-Port et contribuent à leur abandon. La diminution du transport de passagers, au profit de l'avion, cause également une baisse du nombre de navires et par le fait même des besoins en services connexes dans le secteur, accentuant le déclin du quartier limitrophe, le Vieux-Montréal.

Les fonctions liées au port, notamment commerciales, diminuent aussi en raison de la vétusté du bâti et des infrastructures urbaines. La difficulté d'accès est devenue problématique à partir des années soixante, notamment en automobile, et le Vieux-Montréal ne garde que son rôle de cité administrative en raison de la présence d'institutions municipales et judiciaires. Une certaine population demeure, mais elle diminue de façon drastique, passant de 2400 habitants en 1956 à 435 en 1976 (Courcier, 2002 : 108).

Le quartier perd alors de son lustre en raison de ses infrastructures déficientes et de son aspect glauque. Les propriétaires sont nombreux à démolir leurs bâtiments pour faire place aux voitures, présentes en nombre grandissant. Une série d'initiatives émerge alors – à commencer par la protection patrimoniale et la mise en tourisme – et contribue peu à peu au renouveau du quartier.

### 3.3 Histoire récente : patrimoine et grands événements

#### 3.3.1 Reconnaissance patrimoniale et premiers développements

Au cours des années soixante, le quartier est laissé à l'abandon: «Le Vieux-Montréal est un quartier délabré, victime de sa désaffectation au profit du centre des affaires de la ville moderne et du repositionnement du port de Montréal» (Ville de Montréal, 2013 : 6). Les grands projets urbains des décennies soixante et soixante-dix, notamment les autoroutes Bonaventure et Ville-Marie, contribuent à son enclavement et le coupent du développement accéléré du nouveau centre-ville. La population quitte peu à peu et le quartier est dans un piètre état.

Malgré cette désertion par la population, on y ouvre en 1961 un bureau d'information touristique, rue Notre-Dame, et on crée la Commission Jacques-Viger en 1962 qui recommande à la ville de Montréal d'adopter un certain nombre de mesures administratives et d'aménagement afin de revamper le quartier (Drouin, 2009a). En 1964, le gouvernement du Québec décrète la création de l'arrondissement historique du Vieux-Montréal. L'objectif est simple : «Il s'agit alors particulièrement d'enrayer la tendance à la démolition inconsidérée des bâtiments.» (Courcier, 2002) Le premier *Plan directeur du Vieux-Montréal* est alors adopté en 1965 en prévision de l'Exposition universelle de 1967 (Ville de Montréal, 2013). Dans le cadre de ce grand événement, la Ville de Montréal multiplie les travaux partout dans la ville et un certain nombre d'améliorations sur le domaine public sont alors réalisées dans le quartier historique : «Il s'agit de l'aménagement des places Jacques-Cartier et Vauquelin, des rues Saint-Paul et Bonsecours ainsi que de la restauration du Marché Bonsecours, de la Maison Vandellac et de l'îlot Ramezay-Rasco.» (Krim, 2010 : 52) L'effet le plus important de l'Expo 67 dans le Vieux-Montréal sera toutefois la redécouverte, voire la réappropriation par les citoyens, de cette partie de la ville qui avait été oubliée (Gagnon Doré, 1997). Dans les décennies qui suivent, le quartier

redevient d'ailleurs un lieu de rencontre et d'épanouissement de la culture québécoise, alors en plein essor (Courcier, 2002). Combiné à cette effervescence culturelle, la ville a comme objectif, à cette époque, de préserver et renforcer l'aspect historique et francophone, voire français, du quartier (Drouin, 2009 : 95):

Un tronçon de la rue Saint-Paul Est retrouva un aspect vieillot avec la pose de pavés. Dans le même secteur, les autorités municipales décidèrent de restaurer l'ancien marché Bonsecours [...]. On rénova aussi les places Jacques-Cartier et Vauquelin et sur la première on aménagea un kiosque aux fleurs pour le grand plaisir des commentateurs. Au même moment on organisa les premières visites en calèche.

Le quartier demeure toutefois négligé par l'administration Drapeau et les initiatives de renouvellement urbain demeurent limitées. En 1975, un rapport recommandant la démolition et l'abandon des infrastructures portuaires limitrophes au Vieux-Montréal est déposé. On y souligne notamment l'envergure de l'obstacle à la revitalisation du quartier historique que constituent ces infrastructures désuètes. Ce rapport met alors la table à plus d'une décennie de réflexion qui allait mener au projet de développement récréotouristique du Vieux-Port, finalisé en 1992 pour les fêtes du 350<sup>e</sup> anniversaire de la ville. Ce vaste projet contribua à attirer des foules impressionnantes dans cette partie de la ville autrefois abandonnée et marque une étape importante dans la consolidation de l'offre touristique montréalaise.

### 3.3.2 Remise en question du développement touristique tous azimuts

En marge de ces réflexions structurelles et urbanistiques, des mesures sont adoptées afin de rénover et améliorer le cadre physique et construit du quartier. En 1979, une entente est conclue entre le gouvernement du Québec et la Ville de Montréal afin d'assurer la pérennité de l'arrondissement historique. Les fonds permettent notamment de réaliser une série d'études et de documents afin de constituer une base d'information sur le cadre bâti du quartier, ce qui permet de mieux encadrer les démolitions, rénovations et constructions (Drouin, 2009). En parallèle de cette entente,

la ville entreprend une série de mesure dans l'optique de revitaliser le quartier, notamment par la diversification des fonctions et le retour de résidents. En 1981, le renouvellement de l'entente mène à la création de la Société immobilière du patrimoine architectural (SIMPA): «Sa mission est d'apporter un soutien au développement du Vieux-Montréal, d'assurer la sauvegarde de bâtiments patrimoniaux et la mise en valeur des quartiers anciens sur tout le territoire de la ville» (Courcier, 2002 : 253) Dans cette même optique, l'administration municipale lance son opération dix mille logements qui visent à repeupler les quartiers centraux et dont bénéficiera le faubourg Québec, secteur limitrophe à l'arrondissement historique (Courcier, 2002).

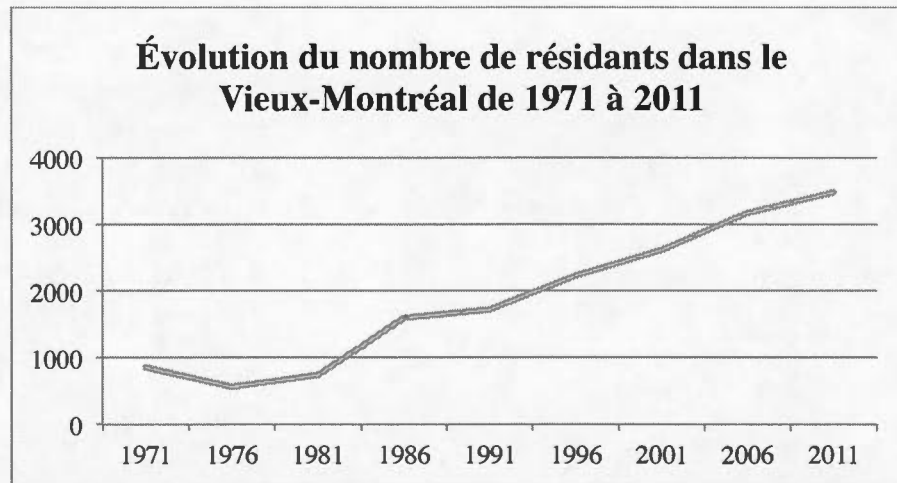
Cette période correspond également au moment où on abandonne la promotion du caractère français du quartier et où on mise surtout sur sa vitalité et son ambiance; de même que sur le témoignage des différentes périodes historiques de son développement qu'il offre aux visiteurs: «L'image du quartier français de la métropole est abandonnée pour qu'émerge l'image du quartier contemporain, résultant de chaque étape de l'histoire de la ville et symbolisant sa richesse et sa diversité – un quartier qui représente le cadre de vie montréalais.» (Alaoui, 2011 : 376)

Ce serait en fait le spectre de la «disneyification» du quartier qui aurait poussé les autorités à développer d'autres activités. Les développements et les types de tourisme observés dans les années précédentes «empruntai[ent] davantage aux caractéristiques du tourisme de masse qu'à la recherche d'une expérience authentique du lieu.» (Drouin, 2009b : 94) Par conséquent, on développa la fonction résidentielle en parallèle de ces développements patrimoniaux et touristiques. À partir des années soixante-dix des projets d'envergure émergent, comme les Cours le Royer en 1976, et viennent ainsi relativiser «la perspective d'en faire une ville fantôme.» (Drouin,



2009b : 95) Les projets se multiplieront et le nombre de résidents augmentera sans cesse à partir de la fin des années soixante-dix.

*Figure 3.4 - Évolution du nombre de résidents dans le Vieux-Montréal de 1971 à 2011 (Ville de Montréal, 2012)*



En parallèle de ce virage urbanistique et de la mise en place de ces mesures visant la diversification des fonctions, la ville et les différents paliers de gouvernements mettent en place plusieurs projets touristiques d'envergure dans le cadre des fêtes du 350<sup>e</sup> anniversaire de la ville; notamment le réaménagement du Champs-de-Mars, la restauration de l'hôtel de ville, l'implantation du Musée de la Pointe-à-Callières et la réfection de la rue de la Commune. Le principal demeure toutefois, comme nous l'avons vu, le réaménagement du Vieux-Port en un vaste ensemble récréotouristique.

### 3.3.3 Vers un quartier complet

Afin de poursuivre l'amélioration du quartier, tant sur le plan des infrastructures que des ambiances, la Ville de Montréal identifie la zone historique et les faubourgs environnants comme un secteur de planification particulier dans le plan d'urbanisme de 1992 (Krim, 2010). L'objectif était de «renforcer la vocation du Vieux-Montréal comme lieu de résidence, de travail, de divertissement et de tourisme.» (Ville de

Montréal, 1992, cité par Paulhiac, 2005) L'élargissement du périmètre de l'arrondissement historique est alors proposé en 1995 dans l'optique de mieux protéger le patrimoine bâti et de restaurer les zones limitrophes dont l'état d'abandon compromet la revitalisation du quartier lui-même. Les Faubourgs Québec et des Récollets allaient ainsi respectivement devenir, au cours des décennies suivantes, un secteur résidentiel et la Cité du multimédia. La partie nord a aussi fait l'objet d'un vaste projet de revitalisation urbaine, le Quartier international tel qu'on l'appelle aujourd'hui, et a contribué au désenclavement du secteur par le recouvrement d'une section de l'autoroute Ville-Marie. L'agrandissement du Palais des congrès, compris dans le projet, allait aussi augmenter l'achalandage de visiteurs et faire de Montréal un des principaux centres nord-américains d'organisation de congrès (Ministère du tourisme, 2015). Finalement, les projets dans la zone historique se sont multipliés et ont aussi contribué à diversifier les types d'usagers (Courcier, 2002).

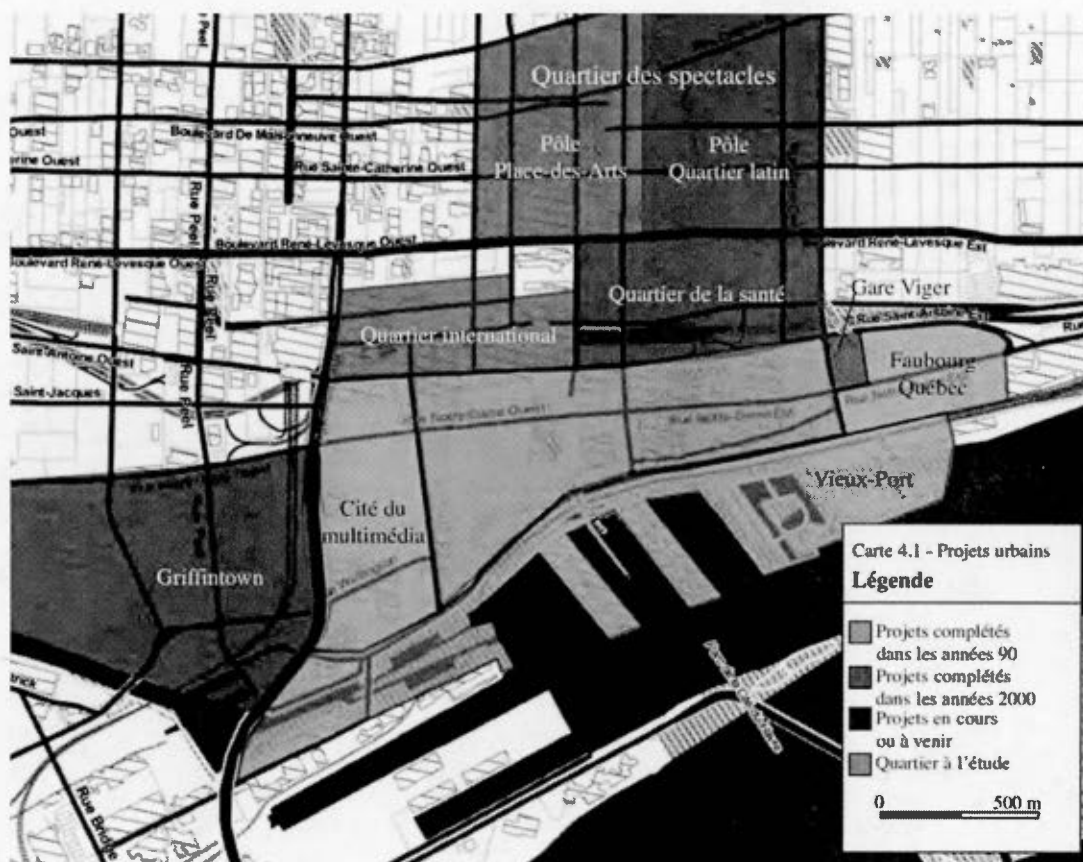


Figure 3.5 – Grands projets urbains aux abords de l'arrondissement historique du Vieux-Montréal

À la fin des années quatre-vingt-dix, on souligne le progrès accompli au cours de la dernière décennie dans un nouveau plan directeur: «même s'il reste beaucoup de progrès à faire, le Vieux-Montréal se transforme en un quartier complet et diversifié, intégré au centre-ville, où peu à peu naît une vie de quartier.» (Ville de Montréal, 1998 : 11) Ce document de planification constitue une étape importante dans le redéveloppement du quartier; d'une part, car il soulève certains constats importants, d'autre part car il vise à consolider ces changements au cours de la décennie suivante.

On y souligne notamment la déficience de l'offre touristique, principalement en période hivernale, et l'incapacité du quartier à retenir les visiteurs pour une durée prolongée. On avance notamment le fait que depuis l'ouverture du Vieux-Port, le

Vieux-Montréal est passé d'un produit d'appel à un produit de soutien. Malgré l'arrivée de milliers d'employés, le secteur commercial continue d'être fortement axé sur la présence de visiteurs, se reflétant notamment dans la forte concentration de restaurants et de bars (Tableau 3.1). On y indique également que cette forte dépendance à la présence de visiteurs cause des variations saisonnières importantes et en ferait un quartier d'apparence désert lors des périodes creuses. En dépit de certains constats négatifs, on conclut en disant : «il représente, dans les faits, un milieu de vie extrêmement stimulant qui ne tombe ni dans les excès commerciaux d'une zone touristique exclusive ni dans la ségrégation des quartiers résidentiels chics repliés sur eux-mêmes.» (Ville de Montréal, 1998 : 29)

*Tableau 3.1 – Comparaison de l'offre commerciale du Vieux-Montréal de 1996 à 2010<sup>6</sup>*

<b>Comparaison de la composition de l'offre commerciale de 1996 et 2010</b>		
	<b>1996</b>	<b>2010</b>
Mode	8,3%	8,2%
Foyer (Galerie d'art incluses)	9,3%	14,3%
Alimentation	7,1%	4,8%
Achats courants	2,9%	0,9%
Restaurants (bars inclus)	31,5%	40,5%
Services	14,9%	14,5%
Loisirs	4,6%	2,4%
Tourisme / tourisme saisonnier	21,5%	14,5%

Source : Ville de Montréal, 2013

En 2013, afin d'actualiser ses orientations aux changements des dernières années, la Ville de Montréal présente le plan de développement et de mise en valeur du Vieux-Montréal en vue des fêtes du 375<sup>e</sup> anniversaire, en 2017. Après avoir dressé un bilan

<sup>6</sup> Les données présentées de ce tableau ne sont pas comparables avec les données recueillies dans le cadre de la recherche. D'une part car elles ne reprennent pas les mêmes catégories, d'autre part car elles ne correspondent pas exactement à la même zone. Elles sont présentées ici à titre indicatif afin de soutenir les constats énoncés dans le plan.



positif de la mise en œuvre du plan de 1998, le document s'articule autour de trois grandes orientations. La première aborde l'importance de la mixité des fonctions et de la diversité de ses usagers. Si le plan souligne la croissance importante du nombre de résidents survenus dans les dernières années, il soulève également la problématique de l'offre commerciale qui «demeure encore fortement orientée vers les visiteurs» (Ville de Montréal, 2013 : 29) et qui demeure limitée dans le temps. On y présente toutefois le caractère distinctif de cette offre commerciale, principalement en raison de la présence de nombreuses galeries d'art qui caractérise les principales artères, et d'une offre de restauration diversifiée. On soulève aussi la difficulté de circuler, en période estivale, en raison du grand nombre de voitures et d'autocars touristiques qui y circulent.

Le second objectif mis de l'avant est celui du paysage et de la richesse visuelle du quartier. On y souligne la diversité architecturale qui constitue un corpus de bâtiments témoignant des différentes époques du quartier; contrairement à d'autres quartiers historiques d'autres villes américaines qui sont plutôt figés dans le temps. On insiste sur l'importance des vues, depuis et vers le Vieux-Montréal, et de la relation avec le fleuve. En ce sens, on soulève l'enjeu de la rue de la Commune : «L'occupation de ses locaux commerciaux en rez-de-chaussée est discontinue et l'animation y est plutôt anémique sur certains de ses tronçons.» (Ville de Montréal, 2013 : 54) L'importance des animations sur rue, notamment des terrasses y est par ailleurs soulignée et on y vante les vertus de ces aménagements : «ces occupations contribuent à l'animation des lieux, insufflent du dynamisme à l'activité économique et fournissent l'occasion de prolonger les heures passées à l'extérieur dans un contexte agréable.» (Ville de Montréal : 54) On consacre aussi un volet entier à la signalisation, à l'importance de bien indiquer chacun des lieux à voir et à visiter afin que le visiteur puisse s'y référer.

Le dernier volet du plan aborde les questions du tourisme et du développement du Vieux-Montréal comme destination. On y souligne l'achalandage impressionnant en

période estivale, l'envergure des foules qui déferlent sur le quartier, et surtout les difficultés de rétention et le fort contraste en période hivernale. En continuité avec le rapport du Comité performance de l'industrie touristique du Québec qui soulignait, en 2011, les difficultés de l'industrie touristique nationale, le plan de développement et de mise en valeur insiste sur la nécessité de se définir comme «produit» (Ville de Montréal, 2013 : 66) :

Le «produit» Vieux-Montréal doit se démarquer de la concurrence : être bien défini, distinctif et faire l'objet d'interventions appropriées de qualité, à la hauteur de son importance, tout en tenant compte de la présence et des besoins de l'ensemble de ses occupants.

Bien que le plan ne définisse pas en détail ce qui constitue la destination, il met de l'avant certaines pistes, notamment celle de miser sur la diversité du patrimoine construit et sur l'atmosphère vibrante. On propose de constituer un groupe de réflexion sur l'avenir de ce produit et les mesures à prendre pour renouveler la destination, et surtout relever les défis de cohabitation des fonctions.

Aujourd'hui, le Vieux-Montréal est beaucoup plus animé qu'il ne l'était. Il compte maintenant près de 3500 habitants, de nombreux commerces de qualité, des adresses de prestige et des tables réputées. Le quartier lui-même et les faubourgs environnants accueillent 40 000 travailleurs chaque jour et plus de 6 000 000 de visiteurs<sup>7</sup> annuellement (Tourisme Montréal, 2015).

En somme, malgré une première forme de mise en tourisme à partir de 1917, le développement de cette industrie dans le Vieux-Montréal ne s'est entamé qu'au cours des années soixante, à mesure que le processus de patrimonialisation suivait son cours. La Commission Jacques-Viger a été la première instance à s'y pencher et s'en est suivi le décret faisant du Vieux-Montréal un arrondissement historique en 1964.

---

<sup>7</sup> Les données pour le Vieux-Montréal en tant que quartier ne sont pas disponibles. Les données sur le Vieux-Port, adjacent au quartier et dont l'accès se fait par le Vieux-Montréal, fournissent toutefois une bonne estimation.

C'est donc autour du patrimoine et de l'histoire que ce développement touristique s'est opéré au fil des décennies. Si au départ on souhaitait en faire un témoin du fait français, l'évolution dans ce processus en a finalement fait un témoin de toutes les époques de l'histoire de la ville, de la métropole industrielle au centre financier canadien.

Cette mise en tourisme a été fortement privilégiée au cours des années soixante, devenant pratiquement l'unique fonction du quartier. Face à cette spécialisation et à la dépendance au tourisme du Vieux-Montréal, les différentes administrations municipales tentent, à partir des années soixante-dix, d'y diversifier les fonctions urbaines. Les projets immobiliers résidentiels se multiplient et le nombre de résidents augmente. Malgré cette diversification, l'offre commerciale est encore aujourd'hui fortement orientée vers le visiteur et l'animation varie beaucoup d'une saison à l'autre. Il faut dire qu'en parallèle des nouveaux développements résidentiels et d'affaires, l'offre touristique a aussi fait l'objet de diversification et les années quatre-vingt-dix ont vu naître plusieurs institutions culturelles et muséales comme le musée Pointe-à-Callières et le Centre des sciences, en plus du projet du Vieux-Port qui constitue aujourd'hui l'attrait principal de la ville.

On souligne toutefois, dans le plan adopté en 2013, une volonté de changer les choses et la nécessité d'une forme de renouveau dans l'optique de consolider la «destination Vieux-Montréal». Si aucune piste n'y est formellement lancée, on comprend que la vie trépidante du quartier, vantée et documentée dans ce même plan, constitue la base d'une future stratégie de développement. Alaoui (2007 : 376) résume bien, à cet égard, l'ensemble de l'offre touristique du quartier : « la multitude des musées, des galeries d'art, des commerces et des restaurants ainsi que l'animation dans les rues font de ce lieu la principale attraction touristique de la ville. » Pour Drouin (2009a), la protection patrimoniale, en bonne partie associée au développement du tourisme, a contribué au redéveloppement du Vieux-Montréal par l'ouverture des commerces, des restaurants



et des institutions. Pour lui : «sans l'apport et les promesses du tourisme, il n'est pas certain que le Vieux-Montréal serait ce qu'il est aujourd'hui.» (Drouin, 2009a : 96).

### 3.4 Portrait du quartier

Cette section présente les données recueillies dans le cadre de cette recherche en suivant la démarche expliquée au chapitre 2. Nous dresserons dans un premier temps le portrait du quartier en fonction des quatre opérateurs de la qualité urbaine – diversité formelle, fonctionnelle, des usages et des ambiances et des temporalités – et évaluerons l'impact des pratiques touristiques sur chacun de ces opérateurs. Cette analyse de données nous permettra de conclure que le Vieux-Montréal – et sa qualité urbaine certaine – est fortement dépendant des pratiques touristiques et que cette dépendance réduit les bénéfices potentiels pour les autres usagers.

#### 3.4.1 Diversité formelle

Nous avons mené notre analyse de la diversité formelle en fonction d'une typologie élaborée par Dovey et Pafka (2013), laquelle compte trois catégories d'interfaces: perméabilité/imperméabilité; transparence/opacité; et retrait/alignement. Chacune des caractéristiques sera ici reprise et nous verrons l'incidence des installations touristiques sur chacune d'elles. On peut cependant d'emblée souligner que de par l'ancienneté de son tissu urbain, le Vieux-Montréal présente un certain nombre de qualités formelles importantes; son caractère compact et la qualité de son architecture en font un quartier où la marche y est généralement agréable. Nous verrons cependant que la concentration des pratiques touristiques en certaines zones augmente la qualité formelle, malgré certains problèmes d'intégration en d'autres endroits.



### 3.4.1.1 Retrait/alignement

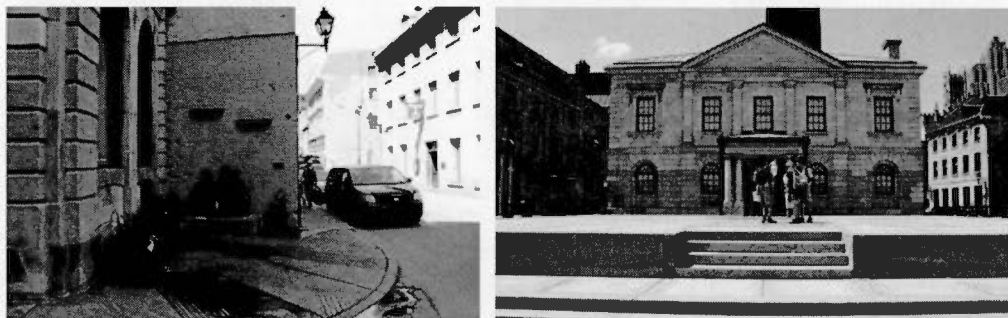
La figure 3.6 reprend l'ensemble des façades à l'étude. On y remarque d'emblée un nombre important de vides et de ruptures sur l'ensemble du territoire. La plupart de ces espaces sont le résultat de démolitions survenues dans les années soixante et sont aujourd'hui utilisés comme stationnement. D'autres, bien que très peu, ont cependant fait l'objet de projets de verdissement et de tentatives de dynamisation (Fig. 3.7). Comme on l'observe sur la carte, ces espaces ouverts coupent le rythme et la continuité des façades; en plus de diminuer les yeux sur la rue (Jacobs, 1961). Ils constituent par conséquent des espaces insécurisant pour le piéton, de jour comme de nuit, d'autant plus qu'ils sont souvent délabrés (Fig. 3.8).



*Figures 3.7 et 3.8 – Espace ouvert ayant fait l'objet de verdissement, et rupture dans la trame urbaine engendrée par un stationnement*

Hormis ces espaces ouverts, le Vieux-Montréal ne compte que très peu de façades en retrait. Comme le montre la figure 3.9, seuls quelques bâtiments disséminés dans la trame, en raison d'exceptions cadastrales, sont en retrait du domaine public et permettent une forme d'appropriation de l'espace (Fig. 3.10). En revanche, un certain nombre de bâtiments, témoins du prestige passé du centre des affaires, sont conçus en retrait de la voie publique pour permettre soit une meilleure vue sur l'édifice, soit des activités associées. L'ancien édifice de la douane, aujourd'hui musée (Fig. 3.11); l'hôtel de ville; et l'ancien Palais de justice, par exemple, sont tous situés en retrait du

domaine public pour permettre la contemplation. Ces deux derniers sont cependant clôturés, rendant impossible toute forme d'utilisation de ce dégagement.

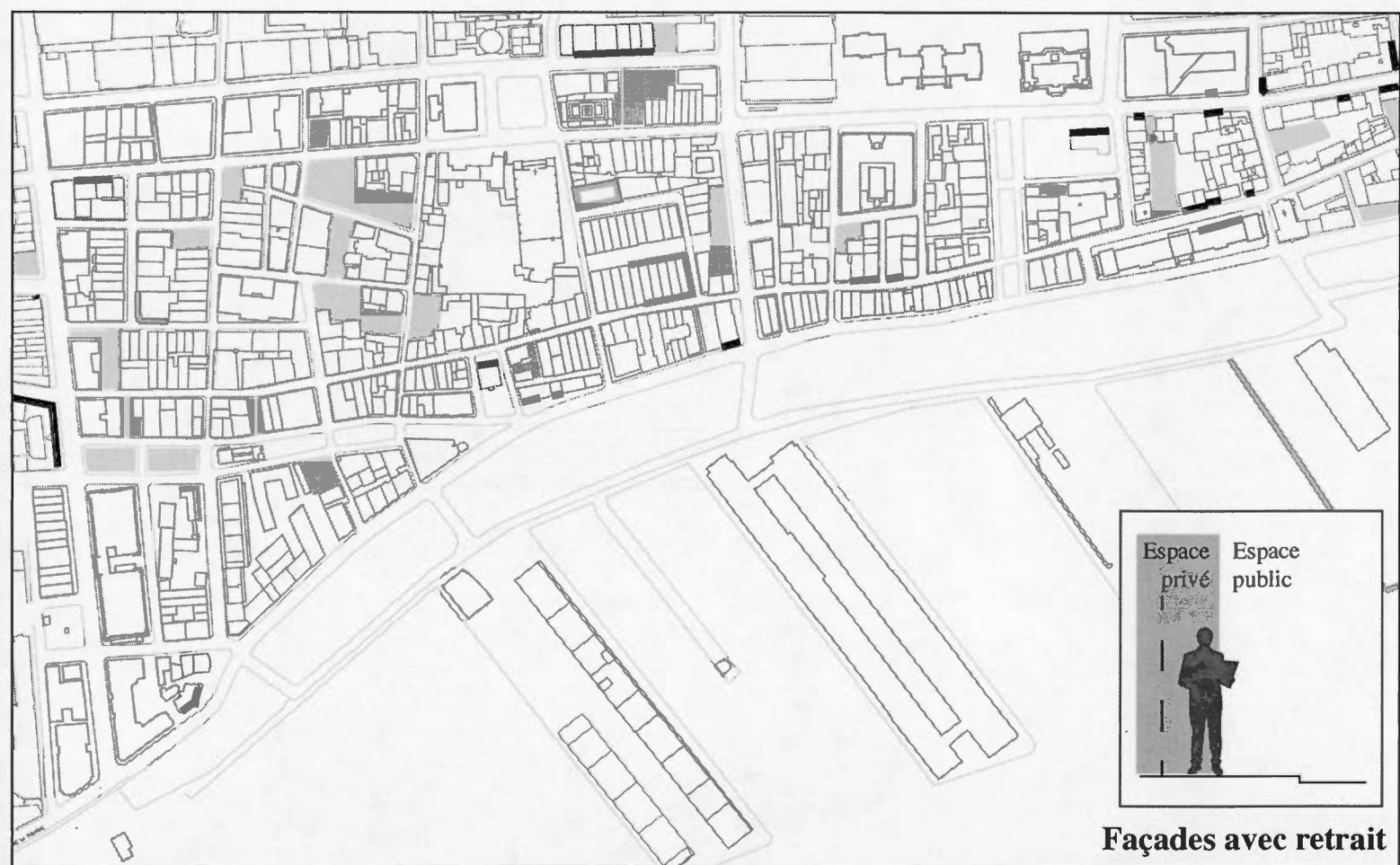
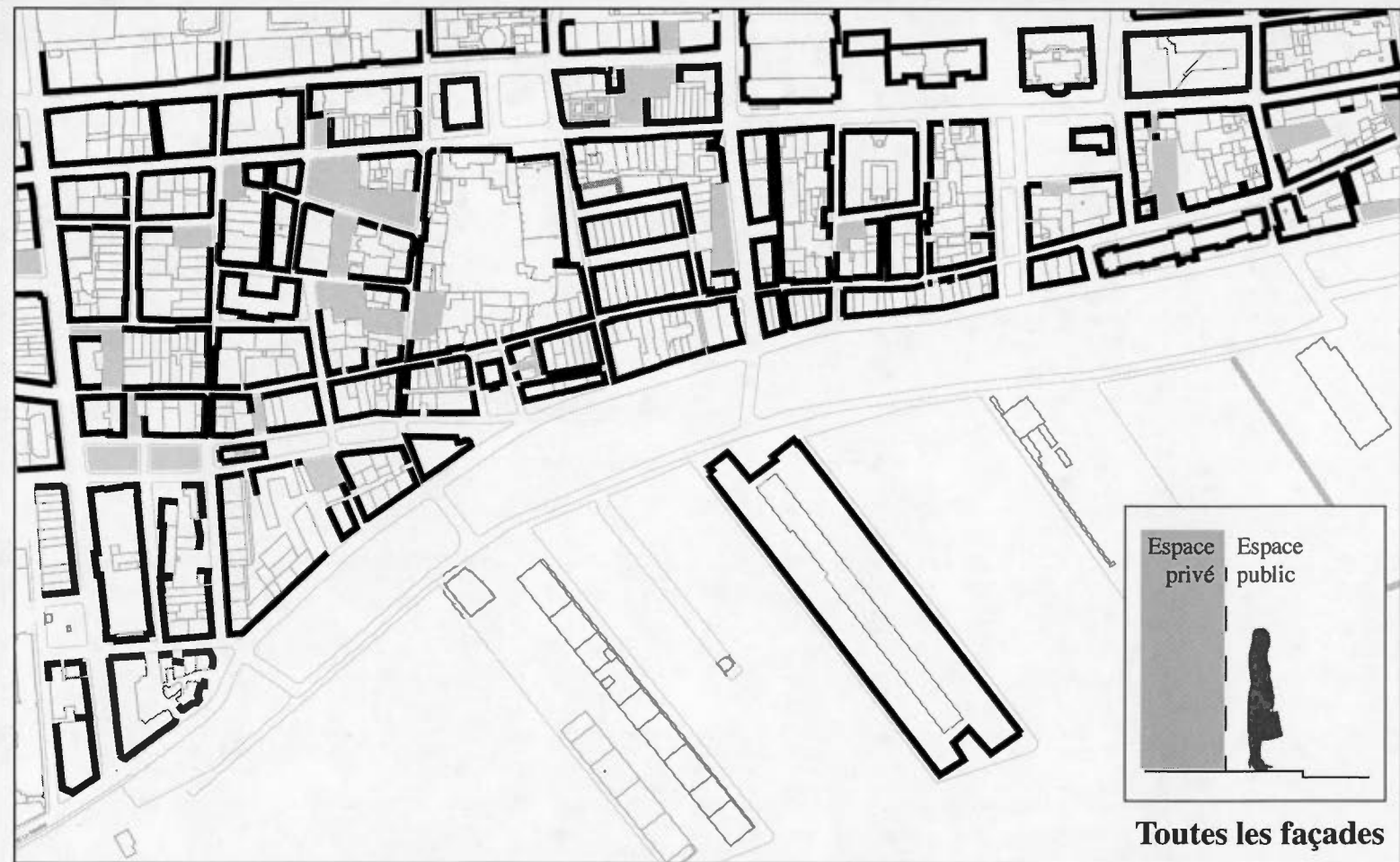


*Figures 3.10 et 3.11 – Édifice en retrait sur la rue Saint-Paul et Pavillon du Musée de la Pointe-à-Callières*

D'autres espaces en retrait sont également meublés par des terrasses pour toute la période estivale, rendant également impossible l'utilisation de ces espaces par les passants (Fig. 3.12). Les activités sur le domaine public, notamment de détente, sont ainsi reléguées aux places publiques aménagées (Fig. 3.13) et aux quelques espaces verts limitrophes.



*Figures 3.12 et 3.13 – Retrait de façade comblé par une terrasse, rue de la Commune et Place Jacques-Cartier*

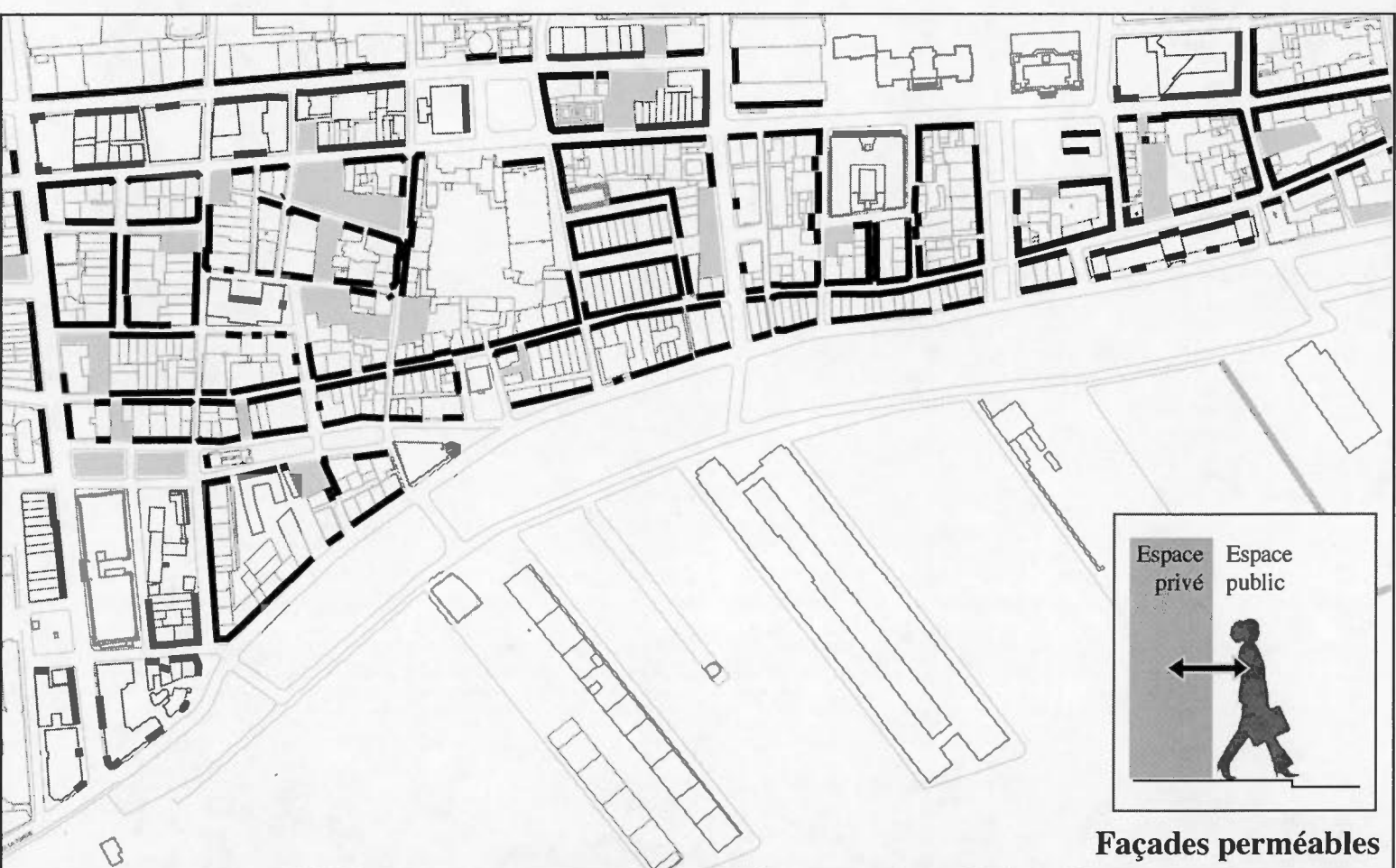
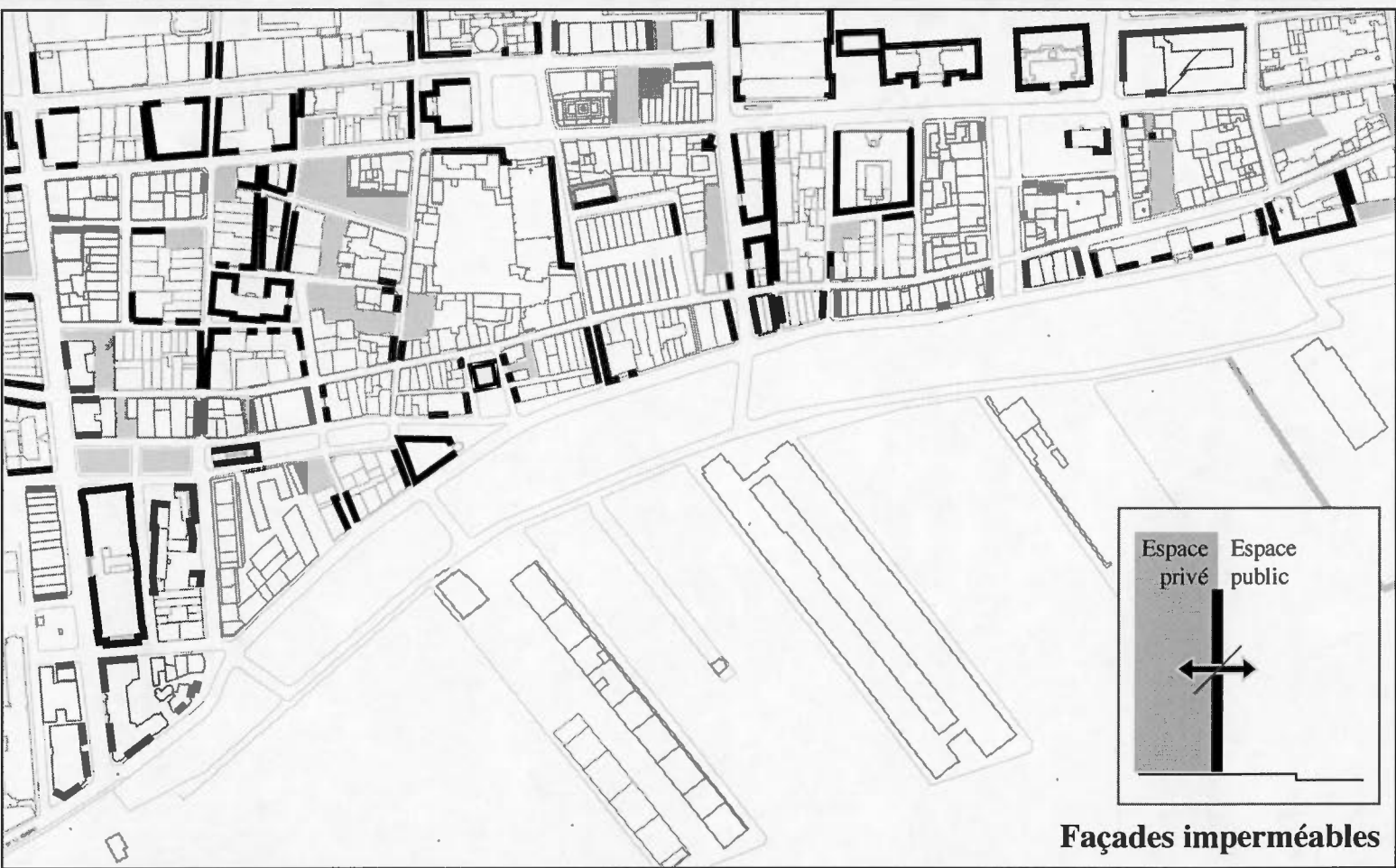


Figures 3.6 et 3.9 - Toutes les façades et bâtiments avec une façade en retrait

### 3.4.1.2 Perméabilité/imperméabilité

En matière de perméabilité des édifices, le caractère ancien confère au quartier un certain nombre de qualités (Fig. 3.14 et 3.15). La plupart des artères et rues commerciales sont rythmées par un grand nombre de portes et d'entrées de bâtiments. Le faible gabarit des édifices anciens, rue Saint-Paul et Notre-Dame, accentue ce rythme et dynamise le parcours. Les édifices de prestige construits à la fin du 19<sup>e</sup> siècle et au début du 20<sup>e</sup> siècle constituent toutefois une exception à ce constat. Les grands bâtiments de bureaux sont souvent imposants et ne comportent la plupart du temps qu'une seule entrée. L'arrière de ces bâtiments, faisant souvent office d'entrée de service, est souvent peu invitant et bien sûr inaccessible au public; ils rendent donc certains tronçons de rues moins animés et souvent inintéressants. De façon générale cependant, les secteurs les plus achalandés, en l'occurrence les rues principales, sont assez agréables.





Figures 3.14 et 3.15 - Façades imperméables et perméables du Vieux-Montréal

### 3.4.1.3 Transparence/opacité

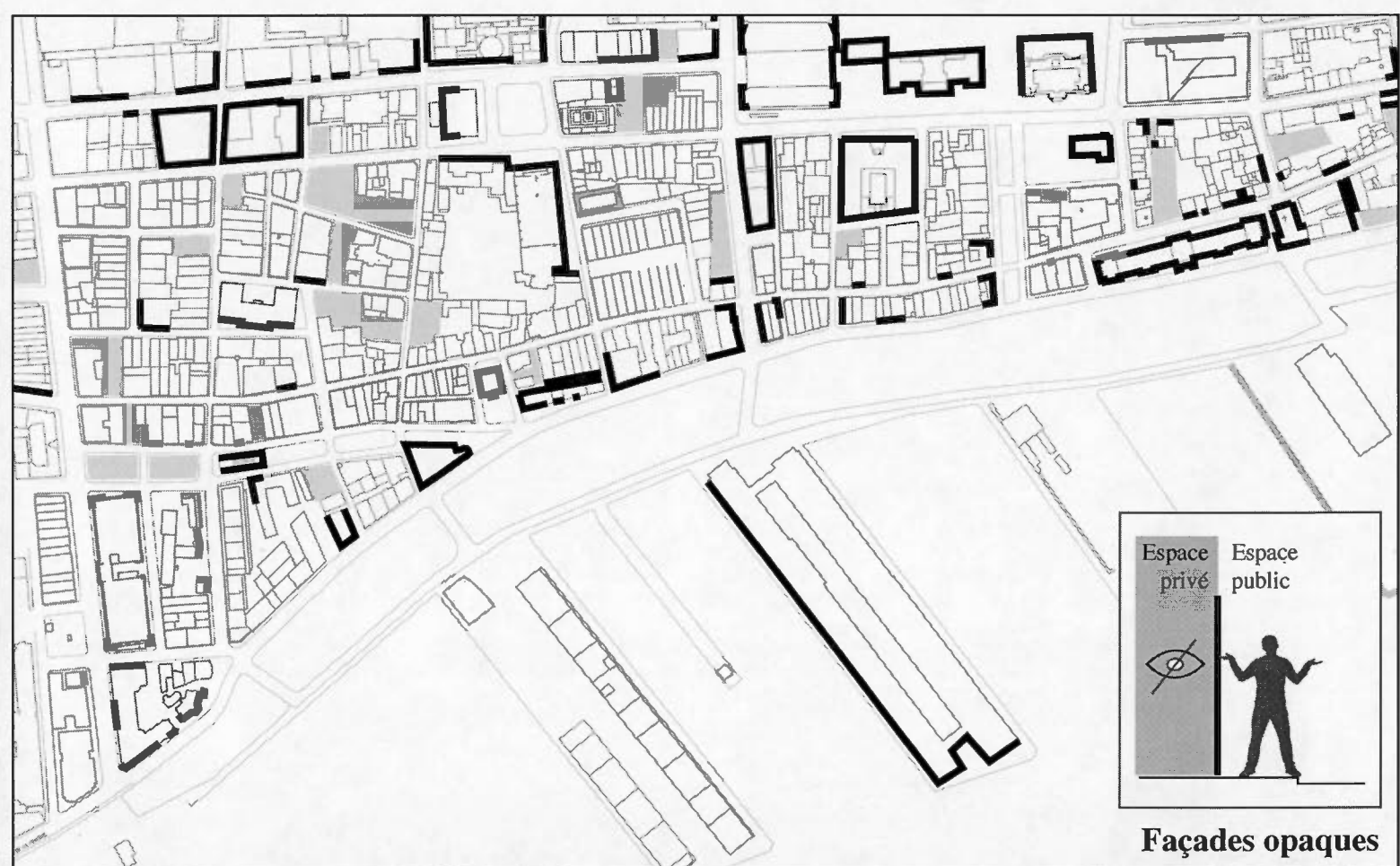
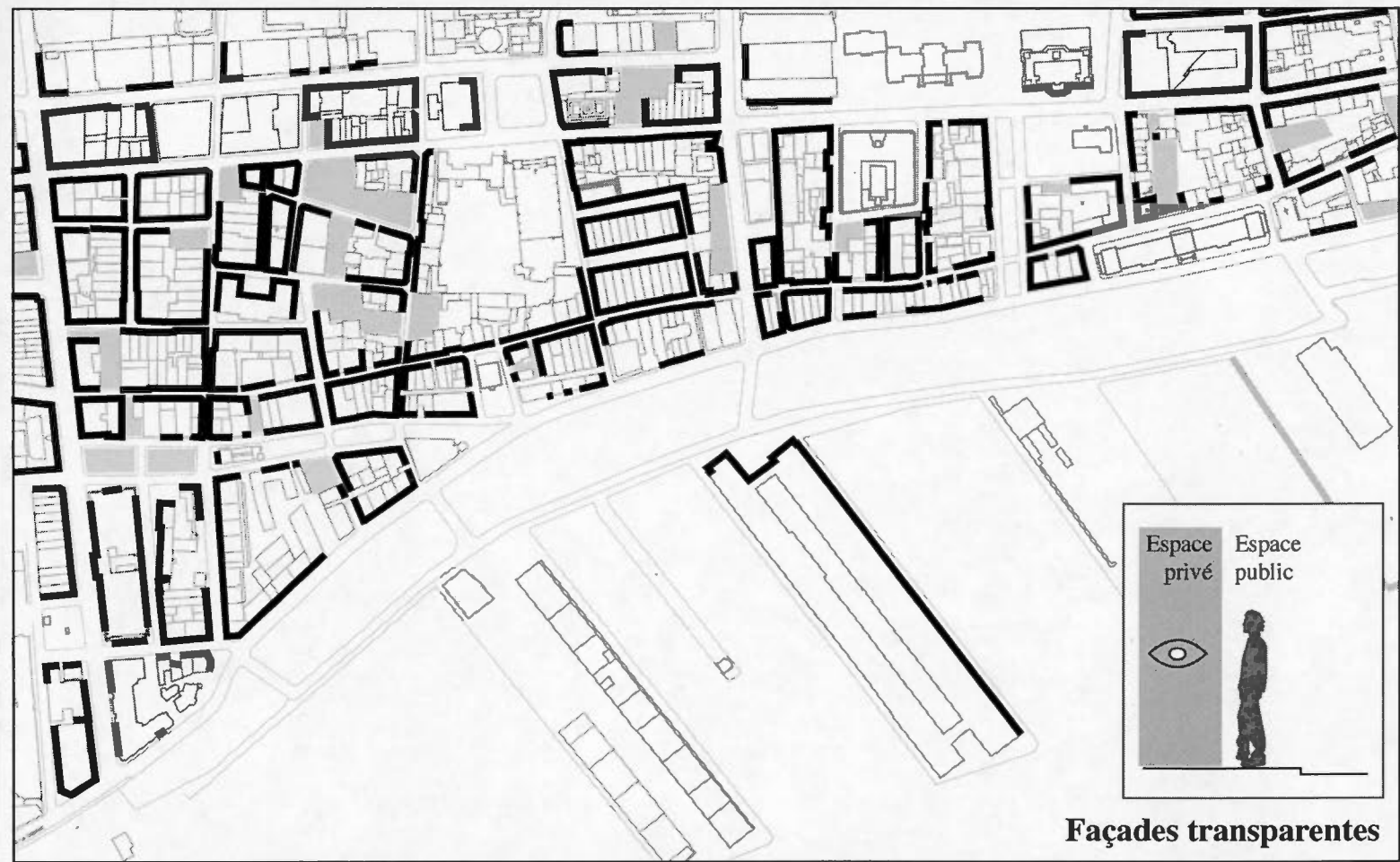
De la même manière, les façades de bâtiments sont en majorité transparentes sur les rues et artères principales (Fig. 3.16 et 3.17). La densité du tissu commercial contribue, par l'animation de ses vitrines, au dynamisme et au sentiment de sécurité dans les rues du Vieux-Montréal. Il existe toutefois certaines limites à cette transparence.

Dans certains cas, la fondation du bâtiment est si imposante que le piéton qui circule très près de l'édifice a l'impression qu'il n'y a pas de fenêtres. Ces façades ont toutefois été colligées comme étant transparentes puisque l'effet des yeux sur la rue (Jacobs, 1961) y est bien présent et qu'un recul minimal du piéton permet de voir à l'intérieur (Fig. 3.16 et 3.17). L'effet de transparence est toutefois différent de celui d'un commerce, mais la qualité formelle demeure présente.



*Figures 3.18 et 3.19 – Édifice à bureaux rue McGill et édifice gouvernemental rue Notre-Dame*

Finalement, bien que la plupart des façades du Vieux-Montréal soient transparentes, majoritairement sur les artères commerciales, cette visibilité est relative dans le temps. En effet, un commerce fermé, dont l'activité à l'intérieur est inexistante, devient également opaque. C'est pourquoi il conviendra d'ajuster cette analyse dans la section 3.4.4 en jetant un œil sur la dimension temporelle et les variations de



Figures 3.16 et 3.17 - Façades transparentes et opaques du Vieux-Montréal



transparence des façades dans certains secteurs. Les pratiques touristiques, et leur forte saisonnalité, contribuent ainsi à diminuer cette qualité formelle; alors que sur d'autres aspects, notamment sur l'augmentation de la densité commerciale, son apport est plutôt positif. La prochaine partie vise justement à comprendre comment les pratiques touristiques, et les équipements touristiques, influencent la diversité formelle dans le Vieux-Montréal.

#### 3.4.1.4 Formes urbaines et activités touristiques

Bien que les traces de l'industrie touristique soient visibles partout dans le quartier, tant construites, commerciales qu'humaines, une plus forte concentration est toutefois observable dans la partie est du site, autour des grandes places publiques et attractions; comme c'est le cas par exemple des alentours de la Basilique Notre-Dame et de la place Jacques-Cartier. Dans ces zones, la majorité des établissements axés sur le visiteur présente ainsi souvent des façades transparentes, intéressantes et animées, de par leur nature commerciale. Le problème principal en matière formelle est que la transparence et l'intérêt de ces façades sont relatifs dans le temps, les variations saisonnières importantes observées dans le Vieux-Montréal faisant fluctuer cette ouverture. Si la variable du temps est étudiée plus tard, il convient toutefois d'en traiter minimalement dès à présent, car son influence est importante. Les rues de la Commune et Saint-Paul, de même que la place Jacques-Cartier, sont particulièrement problématiques à cet égard (Fig. 3.20) puisque bon nombre de commerces y ferment complètement leurs portes durant la saison hivernale. Les façades deviennent donc totalement opaques et imperméables, causant insécurité et inconfort pour le passant; et l'animation sur la rue y est diminuée, car une partie des points d'intérêt commerciaux disparaissent d'autant.

D'autre part, dans une tentative d'exposer leurs produits, certains commerces surchargent leur vitrine, ayant pour effet de bloquer la vue et d'anéantir la transparence et les yeux sur la rue (Fig. 3.21). C'est majoritairement le cas pour les



boutiques-souvenirs qui profitent de leur vitrine pour étaler l'ensemble de leurs produits. Ces façades demeurent catégorisées comme transparentes puisqu'elles permettent tout de même au passant une forme de contemplation et un sentiment d'ouverture sur l'intérieur, mais cette transparence mérite d'être relativisée.



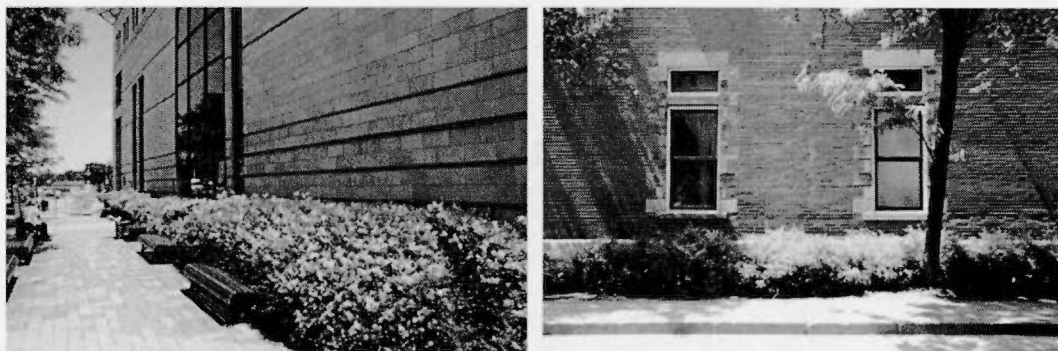
*Figures 3.20 et 3.21 – Rues de la Commune et boutique souvenir rue Saint-Paul*

En dépit des variations de temporalités et d'aménagements décoratifs, d'autres fonctions directement associées à l'industrie touristique s'intègrent beaucoup moins bien, et ce de façon permanente. La figure 3.22 nous montre à cet effet la localisation des différentes fonctions associées aux visiteurs et la transparence de leur façade. On observe d'emblée la mauvaise intégration de certaines institutions muséales et culturelles, principalement en raison des exigences de leurs programmes architecturaux. Les musées, par exemple, nécessitent de vastes espaces d'exposition souvent sans fenêtre qui contribuent à leur fermeture sur l'espace public. C'est le cas du musée Pointe-à-Callières (Fig. 3.23) et du Centre d'histoire de Montréal (Fig. 3.24). Il convient toutefois de souligner l'effort du premier qui, dans son projet d'agrandissement, a considérablement amélioré ce paramètre et contribué à son ouverture sur la rue (Fig. 3.25).







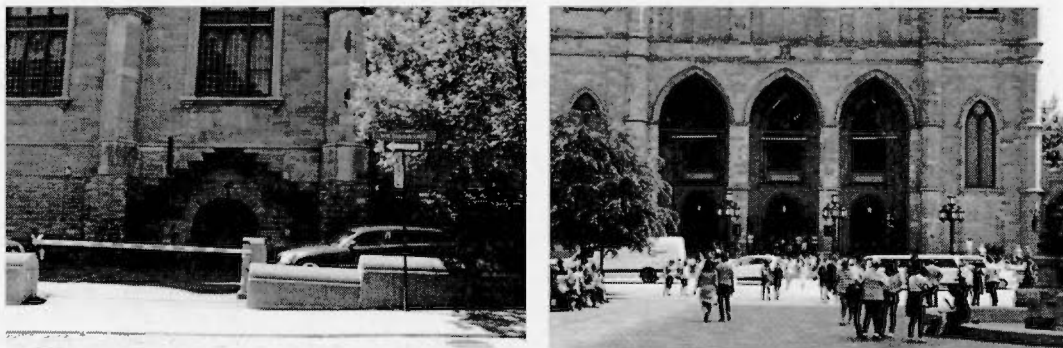


*Figures 3.23 et 3.24 – Musée de la Pointe-à-Callières et Centre d'histoire de Montréal*



*Figure 3.25 – Maison des marins du Musée de la Pointe-à-Callières*

Finalement, les églises du quartier, notamment la basilique Notre-Dame, sont également repliées sur elles-mêmes et n'ont aucun lien avec la rue, hormis leur entrée principale. Elles ont toutefois un effet monumental et un rôle de repère faisant en sorte que la fermeture de leur façade ne crée pas nécessairement d'insécurité. À la limite, les jeux de lumière des vitraux constituent une forme d'attrait et animent leurs façades pourtant opaques le soir venu (Fig. 3.26).



*Figures 3.26 et 3.27 – Basilique Notre-Dame, côté est et façade nord*

Certains établissements hôteliers sont également fermés à l'espace public. Dans la partie nord du site, l'hôtel Place d'armes est constitué de plusieurs bâtiments contigus et certaines salles de réception, de vastes superficies, donnent directement sur la rue Saint-Jacques. Certains des édifices qui y sont rattachés sont donc complètement fermés sur la rue. De façon générale cependant, la fonction hôtelière occupe des bâtiments de plus faible gabarit et ne présentent pas réellement de problèmes d'intégration.

Ainsi, la fonction touristique dans le Vieux-Montréal ne nuit pas de manière importante à la diversité formelle; et dans certains cas l'améliore. Les secteurs touristiques ont généralement une densité commerciale beaucoup plus forte, accentuant le rythme et l'ouverture des façades, faisant des rues principales un endroit invitant où la marche y est généralement agréable. L'industrie touristique, par l'apport d'achalandage, contribue donc à l'amélioration de la qualité formelle du site. Sans la présence de pratiques touristiques, il est probable qu'un certain nombre de ces commerces ne survivraient pas et feraient possiblement place à des entreprises du domaine tertiaire généralement fermées sur elles-mêmes et dont la plage horaire est limitée. D'autres aspects plus négatifs sont toutefois à prendre en compte. Nous avons vu par exemple que certaines institutions et équipements touristiques de grande



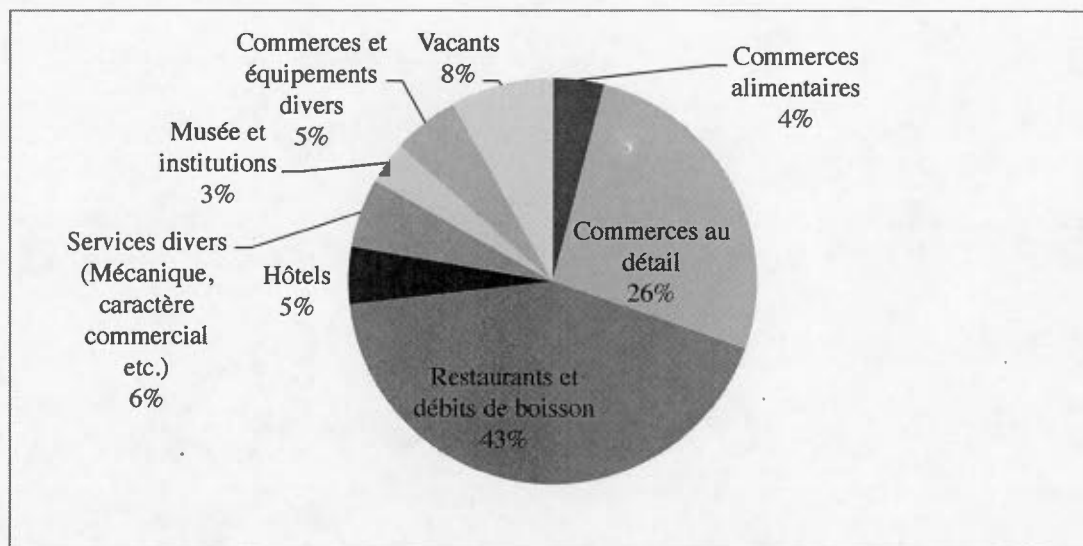
envergure, tel le musée Pointe-à-Callières, sont mal intégrés et diminuent la qualité formelle. Le gabarit imposant et les exigences dictées par les programmes architecturaux de ces établissements rendent difficile leur ouverture sur le domaine public. Il existe toutefois certaines manières de faire et les nouvelles constructions semblent avoir fait l'objet d'une plus grande sensibilité à cet égard. De plus, comme nous le verrons, la présence même des fonctions muséales, culturelles et hôtelières contribue, en accentuant la diversité fonctionnelle, à animer le quartier malgré cette intégration parfois mitigée.

### 3.4.2 Diversité fonctionnelle

La diversité fonctionnelle réfère aux différents usages qui ont pignon sur rue. Une mixité dans ces fonctions est nécessaire pour animer le quartier et assurer sa vitalité dans le temps et dans l'espace. La figure 3.28 montre les fonctions commerciales de l'ensemble des établissements recensés. Seuls les rez-de-chaussée commerciaux ou à usages touristiques ont été recensés afin de mieux refléter l'ouverture entre les espaces ouverts et fermés. Pour cette raison, la fonction résidentielle et les lieux de production, tertiaires notamment, n'ont donc pas été colligées et ne sont ainsi pas représentés.

La figure 3.29 ci-après nous indique la répartition des grandes catégories de commerces recensées. Une proportion très importante est occupée par les restaurants et débits de boissons, de même que par le commerce de détails. Nous verrons plus loin les différentes catégories désagrégées et leur localisation, mais on se rend compte que beaucoup de ces commerces sont axés vers le visiteur, et qu'ils sont pour la plupart situés dans la partie est du quartier. Une très faible proportion est par ailleurs occupée par les commerces alimentaires. Le taux de vacance est quant à lui plus important dans la partie ouest, là où les pratiques touristiques sont moins nombreuses.

*Figure 3.29 – Répartition des grandes catégories de commerces dans le Vieux-Montréal, selon le type, en 2014*



*Source : Relevés terrain menés par le chercheur en novembre 2014*

Le tableau 3.2 nous montre les différentes catégories désagrégées. On se rend compte que la majorité des commerces au détail est constituée de commerces de la personne, c'est-à-dire de vêtements, et d'équipement de culture, loisirs, et sports; qui sont dans la plupart des cas des galeries d'art ou d'équipements culturels. Ces commerces sont eux aussi très fréquentés par les visiteurs. Finalement, plus de 8% des espaces commerciaux sont vacants, ce qui constitue une proportion assez importante, principalement concentrés autour des rues Saint-Laurent et Saint-Jacques. Dans le premier cas, c'est principalement en raison du manque de dynamisme de l'artère, notamment en raison des nombreux stationnements; alors que dans le cas de la rue Saint-Jacques, c'est plutôt l'envergure des bâtiments patrimoniaux et la vétusté de certains locaux commerciaux qui expliquent ce taux de vacance élevé. La partie touristique, où se situe la majorité des lieux destinés aux visiteurs, compte quant à elle un nombre plus faible de locaux vacants, ce qui explique aussi la qualité formelle plus grande constatée précédemment.

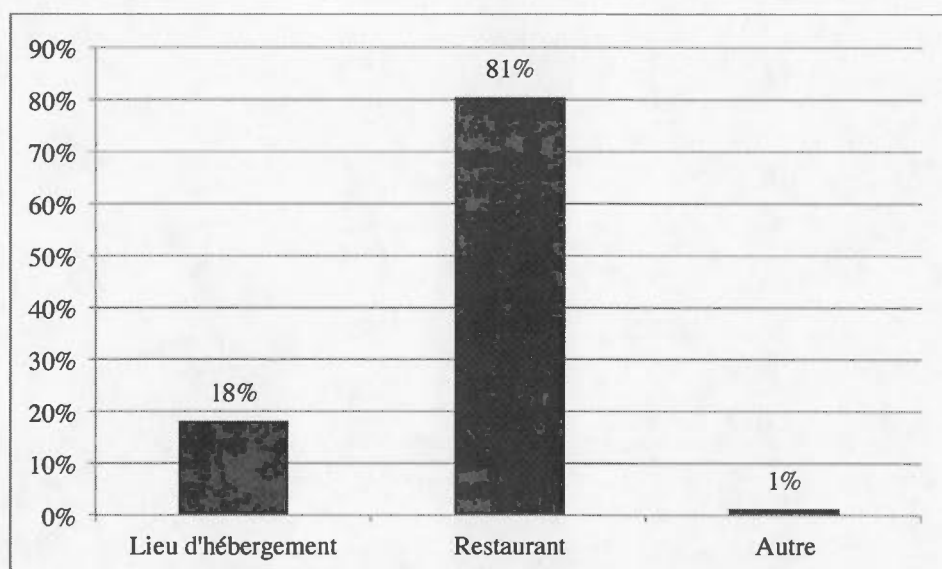
Tableau 3.2 – Détails des catégories de commerces dans le Vieux-Montréal, en 2014

Catégories et sous-catégories	Nombre	Pourcentage du total
Commerces alimentaires	17	4,1%
Alimentation générale	13	3,1%
Alimentation spécialisée	4	1,0%
Commerces au détail	110	26,3%
Équipement personnel	34	8,1%
Équipement de la maison	29	6,9%
Équipement santé, beauté, hygiène	14	3,3%
Équipement culture et loisir	33	7,9%
Restaurants et débits de boisson	179	42,8%
Cafés	21	5,0%
Bars	19	4,5%
Boîtes de nuit	2	0,5%
Restaurants traditionnels	114	27,3%
Restaurants rapides	23	5,5%
Hôtels	19	4,5%
Hôtels sans restaurant	5	1,2%
Hôtel avec restaurant	14	3,3%
Services divers (Mécanique, caractère commercial, etc.)	23	5,5%
Service à caractère commercial	23	5,5%
Auto/moto vente et entretien	0	0,0%
Musée et institutions	14	3,3%
Équipements divers	4	1,0%
Musées	10	2,4%
Commerces et équipements divers	22	5,3%
Souvenirs	22	5,3%
Vacants	34	8,1%
	418	100,0%

La figure 3.30 nous montre la concentration importante d'hôtels, cafés et restaurants, principalement autour de la Place Jacques-Cartier, laquelle constitue l'un des attraits principaux du Vieux-Montréal. Il s'agit également du principal accès au site du Vieux-Port et elle constitue en quelque sorte l'épicentre du quartier touristique. La

place se situe également en périphérie des grandes institutions culturelles et muséales, constituant une part importante de l'attraction touristique du quartier. Autour de cet espace public, s'articule ainsi une offre commerciale largement axée sur le visiteur.

*Figure 3.31 – Lieu où les visiteurs prennent leur repas du soir, la plupart du temps, lorsqu'en voyage, réponses uniques*



Les réponses à nos questionnaires nous éclairent, ou confirment notre intuition quant aux causes de cette concentration d'établissements de restauration. Plus de 80% des répondants, composés de visiteurs, ont en effet répondu consommer leur repas du soir au restaurant la majorité du temps lorsqu'ils sont en voyage. Cette forte utilisation des établissements de restauration explique la concentration particulièrement importante dans le Vieux-Montréal.<sup>8</sup>

<sup>8</sup> Puisque ces données nous proviennent de notre propre étude, aucune statistique n'est comparable à Montréal. Par contre, à titre comparatif, la Fondation Rues Principales, avance qu'entre 16% et 21% d'établissements de restauration et de divertissement constitue la norme idéale à viser pour assurer la qualité d'une artère. Dans le cas du Vieux-Montréal, c'est 43%.











D'ailleurs, lorsque l'on observe la figure 3.30, représentant uniquement les fonctions associées aux visiteurs, cette vocation touristique du secteur est apparaît encore plus clairement. Bien qu'aucun usage n'attire à cent pour cent une clientèle de visiteurs ou de touristes, certains commerces sont plus susceptibles d'accueillir les gens de passage; comme les restaurants, les hôtels et certains types de boutiques. Dans le même secteur, également dans l'axe de la rue Saint-Paul, on retrouve aussi un nombre important de galeries d'art. Ces commerces constituent d'ailleurs aujourd'hui une particularité importante du tissu commercial par rapport au reste de la ville. Elles constituent un produit d'appel qui justifie, pour certains, une visite dans le Vieux-Montréal. Une propriétaire de galerie d'art nous a d'ailleurs confié lors de notre visite terrain que sa clientèle était constituée à part égale de touristes et de Montréalais, ce qui est rare dans le secteur. Les résidents du quartier sont toutefois peu nombreux à s'y rendre, une œuvre d'art étant loin de constituer un bien courant.

Le tissu commercial du Vieux-Montréal est aussi fortement teinté par la présence de boutiques souvenirs. Leur concentration est particulièrement importante autour des grands attraits touristiques, aux abords de la place Jacques-Cartier et sur la rue Notre-Dame à proximité de la Basilique Notre-Dame. La figure 3.31 reprend ces fonctions axées vers le touriste et montre encore plus clairement cette concentration.

Ce qui apparaît toutefois contradictoire dans cette «polarité» touristique, c'est cette proportion importante de commerces axés vers le visiteur à proximité d'un pôle d'emploi majeur que constituent les établissements municipaux et judiciaires. On se serait attendu, à proximité du lieu de travail de milliers d'employés, à retrouver davantage de commerces destinés à cette clientèle plutôt que des boutiques-souvenirs pour une clientèle étrangère. Cette omniprésence de commerces à vocation touristique nous montre à quel point cette industrie est importante dans le quartier.

Il convient toutefois de souligner, comme l'indique la figure 3.32, qu'on retrouve, à proximité de ces lieux de travail, un nombre légèrement plus élevé d'établissements

de restauration rapide et de cafés, principalement dans le secteur de la rue Notre-Dame. Étant souvent plus contraints par le temps, les travailleurs constituent probablement une clientèle importante de ces établissements. On remarque aussi, toujours sur la rue Notre-Dame, face au Palais de justice, quelques boutiques associées à cette fonction, notamment une librairie spécialisée en droit. L'offre orientée vers les travailleurs du secteur demeure toutefois limitée.

De plus, avec l'augmentation importante du nombre de résidents survenue au cours des dernières décennies, on s'attendrait à retrouver un nombre plus important de commerces alimentaires, notamment d'épiceries. Or, comme le montre la figure 3.33, ces commerces sont disséminés un peu partout dans le quartier et sont tous de petite taille. En réalité, aucune épicerie complète ne se trouve dans l'arrondissement historique et l'ensemble des commerces de type alimentation générale est constitué de dépanneurs, de tabagies et de commerces offrant des biens alimentaires minimaux. Quant aux commerces alimentaires spécialisés, on ne retrouve qu'une succursale de la Société des alcools du Québec (SAQ) et une boulangerie. L'offre d'aliments frais est donc très faible et les usagers doivent s'approvisionner à l'extérieur du quartier. Un marché est toutefois prévu dans la gare Viger et devrait ouvrir ses portes dans les prochaines années (Jesta, 2015).

Pour ce qui est du caractère local de l'offre commerciale, on observe, à la figure 3.34, les types de bannières, en l'occurrence les lieux de provenance des différents commerces. On remarque ainsi une très forte majorité de bannières uniques, c'est-à-dire que l'on retrouve uniquement dans le Vieux-Montréal; il y a donc une réelle identité commerciale qui se dégage du quartier. En revanche, deux secteurs accueillent une plus forte proportion d'établissements de chaînes. Il s'agit des abords de la place Jacques-Cartier, et du secteur près de l'intersection du boulevard Saint-Laurent et de la rue Notre-Dame; les deux lieux les plus touristiques. Trois éléments



















peuvent expliquer cette observation. D'une part la nécessité pour certains visiteurs de s'alimenter en des endroits connus, d'où l'importance des chaînes multinationales; d'autre part le prix des loyers et la forte saisonnalité qui nécessite des volumes de vente importants en période d'achalandage pour couvrir tous les frais le reste de l'année. C'est d'ailleurs dans le domaine des crèmeries, qui sont souvent fermées plusieurs mois par année, que l'implantation de ces chaînes est plus forte. Finalement, la présence de pôles d'emploi qui constituent, comme nous l'avons vu, une clientèle importante pour ce genre d'établissements peut expliquer ce phénomène.

En matière d'hôtellerie, les grandes entreprises sont peu présentes, hormis dans le secteur nord, à proximité du palais des congrès, où la taille des établissements est beaucoup plus importante. Ainsi, de façon générale, une forte identité commerciale se dégage du Vieux-Montréal et constitue pratiquement un produit d'appel. De nombreux restaurants sont en effet reconnus pour la qualité de leur cuisine et les galeries d'art offrent des produits uniques. L'industrie touristique semble toutefois avoir amené une concentration plus importante de commerces de chaînes, diminuant très légèrement la proportion de commerces à bannière uniques constituant l'identité locale du quartier.

En somme, la diversité fonctionnelle dans le Vieux-Montréal est généralement bonne. Les différents types de commerces sont relativement bien distribués dans l'espace, mais permettent toutefois d'établir deux grandes zones. On remarque par exemple une concentration très forte de fonctions associées aux visiteurs, notamment de restauration, d'hôtellerie et de boutiques-souvenirs, dans la partie est. La position centrale de la Place Jacques-Cartier, par rapport aux principales attractions, contribue à en faire l'épicentre touristique du quartier. En revanche, dans la partie ouest, la densité commerciale est plus faible et les établissements plus diversifiés. Si on retrouve beaucoup de restaurants et de débits de boisson, les établissements et

commerces destinés aux visiteurs, notamment les boutiques-souvenirs, sont peu nombreux.

Le principal problème en matière de diversité fonctionnelle se situe surtout au niveau de la déficience de l'offre pour les autres usagers, créant une forme de dépendance au tourisme dans la partie est. La concentration de l'activité touristique, où ont été développées historiquement les stratégies de mise en tourisme, contribue à faire varier de façon importante l'affluence de visiteurs et l'ouverture des commerces, et donc l'animation à certains moments de l'année. La figure 3.36 nous montre notamment la concentration importante des commerces dont l'horaire varie dans cette zone, principalement en raison de la présence marquée du tourisme. Ainsi, l'été l'affluence importante de visiteurs contribue à créer une ambiance festive où se côtoient différents usages variés; alors que l'hiver la situation est inversée. La diversité fonctionnelle est donc négative en raison notamment du nombre important d'activités et attraits touristiques dans la partie est, lesquels contribuent à faire varier les ambiances et usages dans l'espace et dans le temps; la qualité urbaine pour les autres usagers se trouve donc diminuée.

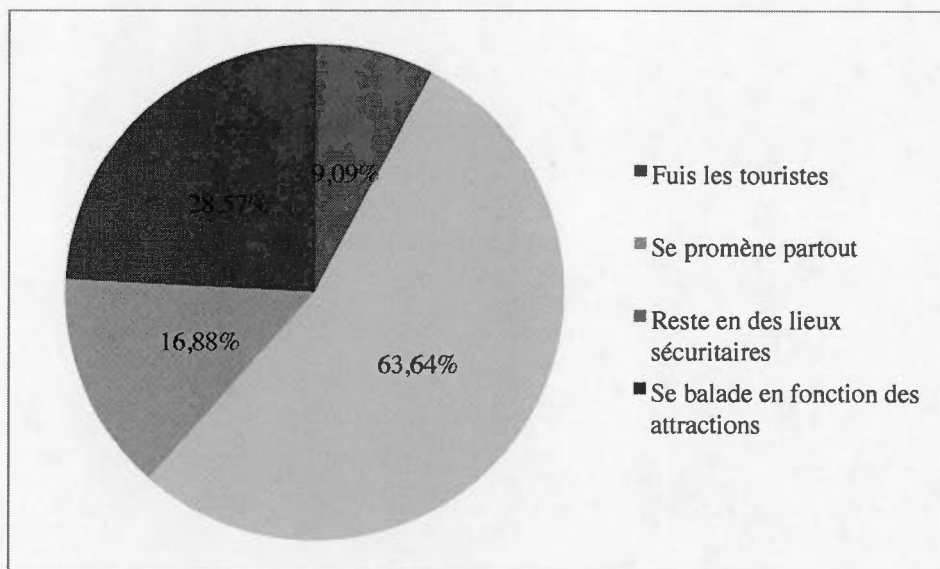
### 3.4.3 Diversité des usages et des ambiances

Cette répartition fonctionnelle des grands domaines commerciaux accentue les différences d'ambiance entre les secteurs du quartier. Il y a ainsi, comme nous l'avons vu, une forte présence de l'industrie touristique autour de la place Jacques-Cartier, ayant comme corolaire, comme nous le verrons, une concentration des pratiques touristiques dans cette zone. En contrepartie, la partie ouest est surtout utilisée par les travailleurs, gens d'affaires et, bien qu'en nombre limité, quelques visiteurs. L'ambiance, résultante des usages qui se déroulent en un lieu, varie par conséquent beaucoup entre ces deux zones. Aussi, certains espaces échappent à ces deux dynamiques, en l'occurrence les espaces liminaires – rues perpendiculaires, espaces de service et rues secondaires – qui ont leurs ambiances propres, car

dépourvus de commerces et d'animation soutenue. Nous verrons ainsi, dans cette partie, quelles pratiques sont dominantes en fonction des différents secteurs.

D'emblée, les données de questionnaires nous indiquent une forte proportion des répondants qui préfèrent rester dans les lieux sécuritaires et mis en tourisme; plus de 45% des gens. En revanche, 64% des répondants disent se promener partout, et c'est ce qui explique que l'on puisse observer un certain nombre de pratiques touristiques dans certains secteurs du quartier à l'étude en dehors de la zone touristique principale, autour de la place Jacques-Cartier.

*Figure 3.37 – Comportement lorsqu'en voyage, répondants du Vieux-Montréal, réponses uniques*



Nous verrons comment se répercutent dans l'espace ces différentes manières pratiquer l'espace et les usages et ambiances qui en résultent en fonction des différentes zones du quartier.







### 3.4.3.1 Espaces liminaires et de services

Les rues commerciales et principales du Vieux-Montréal sont très achalandées tant par un trafic piéton que véhiculaire. Par contre, les lieux de transition entre ces différentes zones d'achalandage sont peu fréquentés. Ces rues sont d'ailleurs d'apparence déserte la plupart du temps en raison notamment de la faible densité commerciale et du caractère privatif des différentes fonctions, générant peu d'achalandage et d'ouverture sur la rue. Ils servent ainsi généralement de lieu de passage à ceux qui connaissent le quartier et il n'est pas rare d'y voir des résidents, sacs de provisions en main, ou des travailleurs, marcher d'un bon pas. Certains trajets qu'offrent ces espaces font également office de raccourcis pour atteindre plus rapidement certains points, encore qu'il faille connaître le quartier.



*Figures 3.38 et 3.39 – Rue perpendiculaire à la rue de la Commune et rue Saint-Sulpice*

Le gabarit de ces espaces est assez variable, mais quelle qu'en soit la taille, les constats sont les mêmes: achalandage restreint et utilisation locale. Ces espaces s'étendent souvent sur de courtes distances et se terminent généralement abruptement, contre un autre alignement de bâtiments. La plupart des édifices qui s'y trouvent sont aussi occupés par des espaces à bureaux et des résidences ne contribuant pas réellement à l'animation du quartier. Par contre, ces deux fonctions renforcent les mouvements pendulaires et constituent la cause principale de la hausse des flux

piétons et véhiculaires en heure de pointe. Toutefois, hors périodes de pointe, ces rues sont peu achalandées.

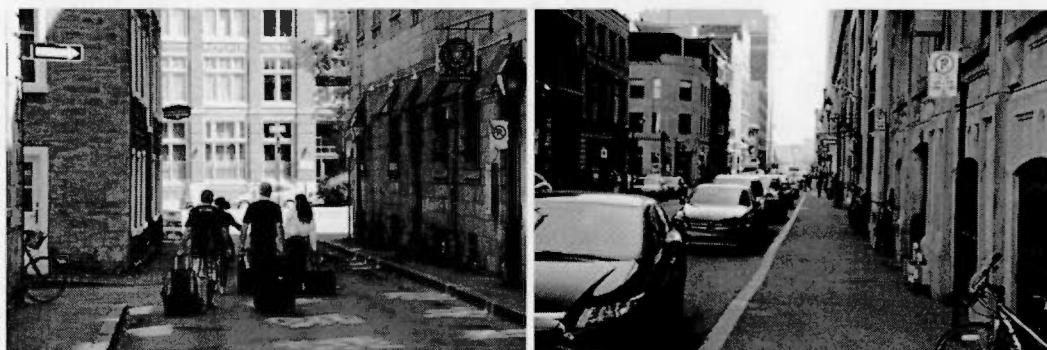
Les ruelles et voies de service obéissent à la même dynamique. Elles sont situées derrière les grands bâtiments institutionnels et d'affaires et servent, bien que ce soit officiellement des rues, d'espaces d'approvisionnement et de sorties d'urgence pour ces édifices, ou encore de raccourcis pour les piétons. Elles sont donc utilisées principalement en semaine, demeurant libres le reste du temps.



*Figures 3.40 et 3.41 – Ruelles de service*

L'atmosphère qui s'en dégage est ainsi souvent sinistre, faisant en sorte que, somme tout, peu de piétons s'y aventurent. Il faut dire également que le domaine public est surtout réservé à l'auto et aux camions de livraison; les trottoirs y sont souvent étroits (Fig. 3.40), voire inexistants (Fig. 3.41).





*Figures 3.42 et 3.43 – Visiteurs sortant du secteur touristique par une rue perpendiculaire et rue Notre-Dame, déserte*

Les espaces liminaires du Vieux-Montréal sont donc avant tout fonctionnels. Ils permettent aux piétons de sauver du temps et aux immeubles limitrophes d'être desservis. Si en semaine ces espaces sont relativement achalandés, principalement pour les livraisons et les travailleurs qui y circulent, la fin de semaine ils deviennent des lieux plutôt déserts. En réalité, ils évoluent en parallèle du secteur d'affaires, suivant les mêmes horaires, voire les mêmes usages puisque comme nous le verrons, les espaces publics de la partie ouest font surtout office de lieux de transition pour les travailleurs pressés et de voies de desserte pour les immeubles à bureaux et commerces.

#### 3.4.3.2 Secteur d'affaires

Le secteur d'affaires, situé dans la partie ouest du secteur d'étude, se déploie principalement autour des rues Saint-Jacques, McGill et Notre-Dame, et compte de nombreux établissements du secteur tertiaire, notamment bancaire. La circulation véhiculaire et piétonne observable est ainsi, la plupart du temps, pragmatique et rapide. L'ambiance en résultant est plutôt froide, typique d'un centre-ville d'affaires dépourvu d'appropriation citoyenne et d'usages relâchés. Les gens s'arrêtent en effet

très peu, puisqu'ils ont en réalité peu d'occasions de s'arrêter. Les façades commerciales sont pratiquement inexistantes et font place à des bureaux ou des restaurants, rendant le passage d'autant plus rapide.



*Figures 3.44 et 3.45 – Rue limitrophe à la Banque Nationale, à un coin de rue de la Place d'Armes, et rue McGill près du métro Square-Victoria-OACI*

Les soirs et la fin de semaine, l'espace devient très tranquille malgré la proximité de certaines zones touristiques qui connaissent quant à elle un achalandage plus important à ce moment (Fig. 3.44). Le départ de milliers d'employés en fin de journée accentue particulièrement le contraste entre les jours de semaine et les soirs, et encore davantage la fin de semaine. Les périodes de pointe, matinales et de fin de journée, montrent d'ailleurs assez bien l'envergure du phénomène de navettage (Fig. 3.46). La rue McGill, principalement, accueille alors des centaines de piétons qui circulent rapidement en direction de la station de métro Square-Victoria-OACI, principal accès en transport en commun au secteur. Le transport véhiculaire augmente aussi de façon importante, causant de la congestion sur les principales artères du quartier.



*Figure 3.46 – Rue Saint-Jacques, au coin du Square Victoria, en heure de pointe*

Autrement, durant le jour, le trafic est constant et relativement faible. Les piétons sont certes nombreux, mais les trottoirs ne sont pas pour autant bondés; des stationnements sont toujours disponibles sur rue et le trafic automobile n'est pas excessivement important. De façon générale donc, le quartier n'est pas particulièrement vibrant et l'ambiance qui y règne est plutôt froide.

La fin de semaine, l'achalandage est beaucoup plus faible et les types d'usagers beaucoup plus variés. Les visiteurs y sont alors plus nombreux – ou plus visibles, car ne se fondant pas dans une masse de travailleurs. Ils sont cependant en nombre moins important que dans la partie est et semblent marcher plus rapidement que les visiteurs dans les autres parties du quartier. Les qualités esthétiques du cadre bâti et le nombre d'attrait, notamment commerciaux, ne semblent pas suffire à retenir, ou ralentir, les visiteurs. La plupart d'entre eux aboutissent simplement dans cette partie du quartier après avoir naturellement suivi les grands axes touristiques, Saint-Paul et Notre-Dame, qui débouchent dans la partie ouest. Le secteur d'affaires accueille donc peu de visiteurs et touristes et l'usage dominant en est un de circulation, principalement utilisé par les travailleurs.



En réalité, on ne retrouve qu'un seul endroit dans tout le secteur d'étude où l'ambiance et les usages sont mixtes; il s'agit de la Place d'Armes. Cet espace public hautement fréquenté constitue en quelque sorte le point intermédiaire entre les secteurs d'affaires et touristiques. Les usages sur cette place sont divers, allant de gens faisant la sieste et profitant du soleil, aux enfants qui jouent dans l'eau de la fontaine. La grande qualité paysagère du lieu, accentuée notamment par la monumentalité du cadre bâti et des institutions qui bordent la place, en fait un lieu d'une grande qualité, très fréquenté par tous les types d'usagers. De plus, sa situation géographique centrale, à mi-chemin entre les deux polarités, contribue à en faire un lieu de transition.



*Figures 3.47 et 3.48 – Passants et flutiste sur la Place d'Armes*

Ainsi, malgré la présence de grands espaces de bureaux comptant chacun beaucoup d'employés, notamment les édifices de la Banque Nationale et de la Banque de Montréal, des pratiques touristiques sont aussi visibles en permanence. Les musiciens, les vendeurs ambulants et surtout les calèches y sont omniprésents, sur et autour de la place, et rappellent l'importance de cette activité dans le quartier.



*Figures 3.49 et 3.50 – Visiteurs en séance photo et chevaux sur la Place d’Armes*

Nous avons vu cependant que les visiteurs sont peu nombreux à aller au-delà de cette place. Les pratiques touristiques sont donc surtout visibles dans la partie est, et comme nous le verrons, culminent sur la Place d’Armes. Le secteur d’affaires, situé entre McGill et cet espace public, accueille donc un trafic important, principalement de travailleurs, dans les heures ouvrables. Autrement, peu de gens s’approprient les espaces publics.

### 3.4.3.3 Secteur touristique

La partie est, principalement touristique, se déploie principalement autour de la Place Jacques-Cartier sur les rues Notre-Dame, Saint-Paul et dans une moindre mesure, de la Commune. La concentration importante du nombre de restaurants, notamment, en fait un lieu particulièrement couru par les visiteurs, générant ainsi une ambiance plus festive et relâchée. Les nombreuses terrasses, animées de surcroît par les employés chargés de recruter les clients directement sur la rue, en font un lieu intense, mais beaucoup moins rapide que le secteur d’affaires, même en heure de pointe.

La majorité des gens qui circule dans cette partie est en effet des visiteurs qui viennent se balader, relâchés de toute contrainte du quotidien. Leurs pratiques sont donc beaucoup plus détendues et ils prennent davantage le temps de s’asseoir et de

contempler les lieux. Leur rythme de marche est beaucoup plus lent et la plupart prennent le temps d'observer les vitrines et les commerces.



*Figure 3.51 – Rue Saint-Paul en direction ouest, près de la Place Jacques-Cartier*

La rue Saint-Paul représente particulièrement bien cette réalité qui, par son cadre bâti ancien, ses rues curvilignes et sa densité commerciale, crée une ambiance toute particulière où le caractère ancien est mis de l'avant. La piétonnisation de la rue en période estivale donne aussi une perspective différente et rend beaucoup plus sécuritaire et agréable la promenade dans cette partie du quartier.

Le secteur le plus achalandé de la rue Saint-Paul se situe entre la Place Jacques-Cartier et la rue Saint-Sulpice, axe permettant d'accéder à la Basilique Notre-Dame et à la Place d'Armes, autres lieux très achalandés. Le cœur du secteur touristique est toutefois constitué de la Place Jacques-Cartier qui est généralement plus fréquentée par les visiteurs; lesquels constituent d'ailleurs la majorité des usagers sur cette place.



Très peu de travailleurs ou de résidents sont ainsi visibles dans cette zone, hormis par beau temps sur l'heure du dîner où ils sont nombreux à manger à l'extérieur.

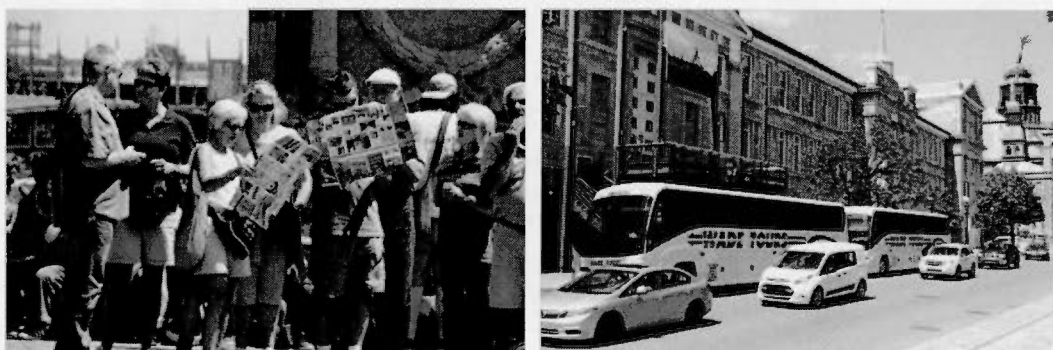
Très tôt le matin, moment le plus tranquille de la journée, il est toutefois possible de voir quelques personnes courir, ou encore se rendre au travail. Cependant, plus la journée avance, plus ces quelques usagers locaux se perdent dans l'afflux massif de visiteurs.



*Figures 3.52 et 3.53 – Place Jacques-Cartier vue du Vieux-Port, et activité de contemplation sur la Place Jacques-Cartier*

Les pratiques touristiques visibles sont aussi nombreuses que diverses. Certains ne font que circuler rapidement, alors que d'autres s'assoient simplement pour contempler les lieux. Les pratiques dominantes, ou du moins les plus marquantes sont celles associées au tourisme de masse. Les groupes de visiteurs sont en effet nombreux; qu'ils suivent un guide, se regroupent en un point de rencontre, se promènent en grands groupes d'amis, il n'est pas rare de voir beaucoup de gens qui visitent ensemble. Les nuisances associées à ce type de tourisme sont aussi nombreuses dans le quartier. Notamment, la quantité importante d'autocars qui se stationnent dans les quelques zones permises à cette fin, en face du palais de justice et

sur la rue de la Commune, créant un véritable mur de véhicules (Fig. 3.55), accentué par la présence marquée d'autobus scolaires à proximité des institutions muséales et culturelles. Le trafic résultant de ces débarquements et embarquements spontanés est parfois important puisque les autos se retrouvent bloquées derrière. Les quelques traverses piétonnes qui parsèment les rues de la Commune et Notre-Dame et les masses de visiteurs qui traversent ces artères sont aussi en cause. Ces problèmes avaient par ailleurs été diagnostiqués dans le plan de mise en valeur de 2013 et la Ville de Montréal travaille à améliorer la situation.



*Figures 3.54 et 3.55 – Pratiques touristiques visibles, près de la Place Jacques-Cartier et mur d'autocars sur la rue de la Commune*

L'offre commerciale de la Place Jacques-Cartier s'est adaptée à ces pratiques touristiques et elle est aujourd'hui principalement axée vers le tourisme. Des kiosques vendent par exemple des images du Vieux-Montréal, des caricaturistes proposent de dessiner les visiteurs et les musiciens et amuseurs publics affluent. Lorsque des prestations sont données par différents artistes, un regroupement de centaines d'individus s'opère chaque trente minutes sur la Place Jacques-Cartier, obstruant le secteur pour plusieurs minutes.

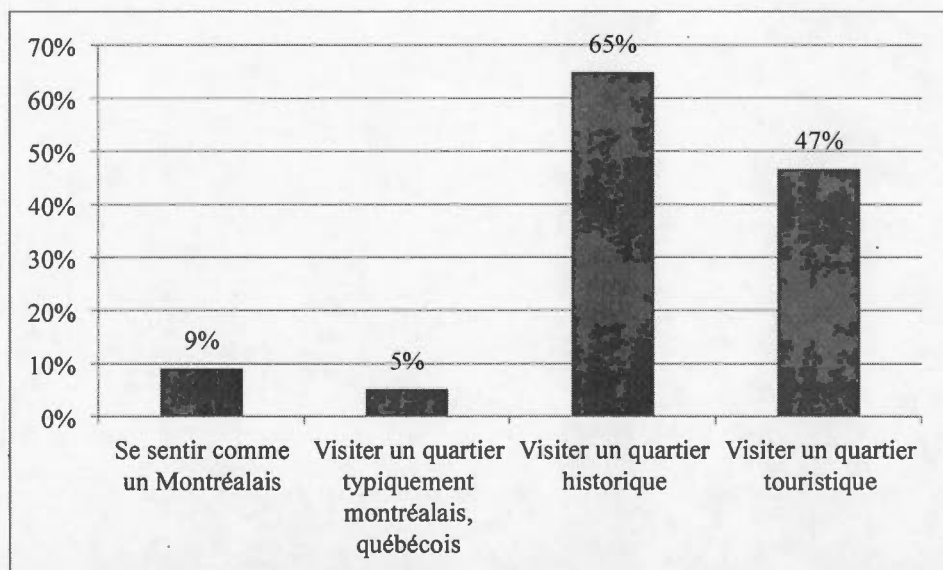
Ainsi, la concentration de ces activités, la présence dominante de pratiques touristiques de masse et la spécialisation commerciale à des fins touristiques contribuent à l'inadéquation de l'offre urbaine recherchée par les autres usagers. Un

résident qui, par exemple, voudrait faire ses courses ou profiter des espaces publics somme toute de grande qualité, aurait tôt fait de tomber dans des masses importantes de gens en plus de trouver difficilement ce qu'il cherche pour sa vie de tous les jours dans les différents commerces. L'ambiance du secteur touristique est toujours festive, du moins en été, et n'est pas nécessairement compatible avec celle recherchée par d'autres.

D'ailleurs, la concentration d'activité et d'éléments de mise en tourisme fait en sorte qu'une majorité de visiteurs dit se sentir dans un quartier historique, et une très forte proportion dans un quartier touristique. Moins de 10% des gens ont l'impression de vivre la vraie vie montréalaise et environ 5% ont l'impression de visiter un quartier typiquement montréalais. La mise en valeur, notamment historique, du cadre bâti a donc bien fonctionné et le public est réceptif à ces stratégies. En revanche, la concentration des activités touristiques donne l'impression de n'être entouré que d'autres visiteurs et semble diluer le caractère montréalais de l'ensemble.



*Figure 3.56 – Perception des répondants à l'égard du Vieux-Montréal, réponses multiples*



*Figures 3.57 et 3.58 – Commerçants sur la Place Jacques-Cartier*

Le domaine public et la signalisation sont d'ailleurs eux aussi particulièrement adaptés à ces pratiques touristiques et contribuent à renforcer cette perception. D'une part, on a rendu l'aspect vieillot au quartier par la pose de pavés, mais on a également procédé à l'installation d'une signalisation fortement dirigée vers les visiteurs qui se rendent dans le quartier pour la première fois (Fig. 3.59 et 3.60). Les principales attractions sont ainsi indiquées avec une signalisation de style champêtre et une mise

en spectacle de la place Jacques-Cartier est également proposée dans le cadre de la campagne Montréal Moments (Tourisme Montréal, 2013). L'objectif de cette campagne dite participative est de favoriser le partage sur les réseaux sociaux d'un moment passé dans un lieu énigmatique de Montréal. On encadre ce que devrait être ce moment montréalais en désignant le paysage à mettre en valeur. Cette signalisation pointe en quelque sorte ce qui doit être vu, voire ce qui doit être vécu.



*Figures 3.59 et 3.60 – Affichage touristique du Vieux-Montréal*

Ces constats s'étendent bien au-delà de la Place Jacques-Cartier. Les rues Saint-Paul et Notre-Dame, voire de la Commune, accueillent des usages analogues et les pratiques touristiques observées sont similaires. Les ambiances, surtout festives, sont également apparentées, bien que passablement moins intenses que ce qui peut être vécu sur la Place Jacques-Cartier.

Les zones touristiques sont ainsi achalandées principalement en après-midi et en soirée. Le matin, les rues dans le secteur sont pratiquement désertes, alors que le volume de gens de jour, l'été, augmente peu à peu au fil des heures de manière impressionnante. De plus, contrairement au secteur d'affaires, les variations entre les jours de la semaine sont assez faibles. Certes l'achalandage la fin de semaine est un peu plus important puisque les excursionnistes venus de la banlieue sont nombreux, mais la différence n'est pas aussi marquante que dans le secteur d'affaires et les

heures de pointe en semaine y sont aussi beaucoup moins importantes puisque l'activité y est égale tout au long de la journée.

Les seules variations dans les pratiques touristiques observables sont attribuables aux variations saisonnières et à la tenue de différents événements organisés au cours de l'année. Nous reviendrons sur la question des saisons dans la prochaine section, mais il convient d'étudier ici les impacts de la tenue des grands événements sur les ambiances et usages du secteur.

En réalité, la majorité des événements qui sont tenus dans le secteur se déroulent dans le Vieux-Port, adjacent au Vieux-Montréal. Ils ont donc pour effet principal d'accentuer le volume de visiteurs, mais ne changent pas de façon importante les constats et les schèmes de déplacements et de pratiques touristiques observés. Par contre, certains événements sont tenus directement dans le Vieux-Montréal et s'étendent au-delà de la zone proprement touristique. Des changements dans la voirie, et dans les trajets touristiques sont donc opérés, modifiant sensiblement les pratiques des visiteurs. C'est le cas par exemple des installations du Grand Prix de Formule 1 du Canada qui, chaque première fin de semaine de juin, attire de nombreux visiteurs à Montréal et bien sûr dans le Vieux-Montréal. La rue Saint-Paul est ainsi fermée à la circulation automobile sur presque toute sa longueur et les commerçants se déploient dans la rue, dans des zones normalement réservées au stationnement.





*Figure 3.61 – Tronçon de la rue Saint-Paul fermé dans le cadre du Grand Prix du Canada de Formule 1*

L'ambiance change ainsi de façon importante puisque l'on passe d'une zone un peu glauque, où les trottoirs sont étroits et où les véhicules circulent rapidement à proximité des piétons; à une ambiance festive, similaire à celle du secteur touristique. Les vastes installations des bars et restaurants contribuent alors à se réapproprier l'espace de manière festive, les types d'usagers changent et les visiteurs deviennent plus nombreux. Plutôt que de s'arrêter à la rue Saint-Sulpice, les touristes continuent ainsi leur chemin, voyant l'attrait au-delà du circuit touristique traditionnel.



*Figure 3.62 – Terrasses sur la rue Saint-Paul, fermée exceptionnellement pour le Grand Prix du Canada*

Cet achalandage est toutefois éphémère et la rue Saint-Paul redevient, dès le lundi suivant, réservée aux automobiles dans sa partie ouest. Les pratiques touristiques y redeviennent marginales et l'ambiance festive diminue. Ainsi, les usages et ambiances dans la partie est du Vieux-Montréal sont fortement teintés par l'omniprésence des pratiques touristiques. L'ambiance résultante est festive et intense et les pratiques touristiques sont souvent faites en groupe, générant au passage certaines nuisances pour les autres usagers. Ces constats sont toutefois valables uniquement pour la période estivale. Bien que la vocation et la forte proportion de pratiques touristiques dans le secteur ne changent pas au cours de l'année, l'intensité des activités varie beaucoup. La dépendance de ce secteur aux activités touristiques afin de générer des ambiances festives et de l'animation fait en sorte que lorsque l'activité touristique diminue, le quartier devient désert.

C'est là la principale différence entre les deux secteurs, d'affaires et touristiques. Le secteur est très achalandé tout au long de la journée, voire jusqu'en fin de soirée, mais seulement quelques mois par année; l'ambiance et l'atmosphère y sont alors festives et agréables. En contrepartie, l'achalandage, les usages et l'ambiance du

secteur d'affaires varient selon les périodes du jour et de la semaine. L'ambiance en résultant en est une de centre-ville, peu appropriée par les résidents qui sont d'ailleurs très peu visibles. Les effets des pratiques touristiques y sont donc importants, mais leur concentration dans l'espace et dans le temps, comme nous le verrons, compromet leurs effets positifs possibles sur la qualité urbaine.

#### 3.4.4 Diversité des temporalités

La diversité des temporalités fait référence à l'animation du quartier à travers le temps; journalier, hebdomadaire et saisonnier. Bien que la diversité fonctionnelle qui a le potentiel d'animer le quartier toutes les heures ait un rôle à jouer – par l'agencement des différents types de commerces et de ses usagers – d'autres paramètres entrent en ligne de compte. Comme nous l'avons vu dans la section 3.3.2, les fonctions du Vieux-Montréal sont relativement mixtes, notamment en raison de la présence de nombreux commerces ouverts de jours, de restaurants ouverts en soirée et de bars, boîtes de nuit et hôtels qui favorisent son animation nocturne. Par contre, le caractère saisonnier et la dépendance au tourisme du secteur est causent d'importantes variations saisonnières.

Il convient toutefois de souligner que, malgré des variations saisonnières importantes, l'animation de jour dans le Vieux-Montréal ne pose généralement pas de problème, et ce tout au long de l'année. Bien que plusieurs établissements de restauration aient des horaires atypiques, c'est-à-dire qu'ils ferment une partie de la journée, l'agencement des types de commerces assure une animation en continu entre huit heures et dix-huit heures. La proportion de commerces ouverts le jour est en effet assez stable tout au long de l'année, oscillant entre 81,2% et 85,6%; cette légère variation s'explique par la fermeture complète de seize commerces en période hivernale.

Toutefois, comme le montre le tableau 3.3, la situation est toutefois bien différente en soirée puisque l'heure de fermeture varie beaucoup en fonction de la saison. Par



exemple, le mercredi à vingt heures, le nombre de commerces ouverts passe de 38,1% en janvier à 49,5% en juin, soit une différence de 11,4%. Cet écart est toutefois plus faible le vendredi où le nombre de commerces ouverts à vingt heures est aussi plus élevé en janvier, notamment en raison de la présence de restaurants ou de bars qui ne sont pas ouverts en semaine.

Toutefois, ce prolongement des horaires ne se poursuit pas nécessairement tard le soir puisque la proportion de commerces ouverts à une heure du matin est systématiquement de 9% le mercredi et de 11% le vendredi, peu importe la saison. Certains commerces au détail ferment toutefois leurs portes beaucoup plus tard en été, autour de vingt-trois heures, et la plupart des commerçants ont dit se fier à leurs voisins, à l'achalandage dans la rue et à la température pour décider de l'heure de fermeture. Tant qu'il y a des clients, le commerce demeure donc ouvert. À noter que le statut de zone touristique est attribué à tout le centre-ville de Montréal, dont fait partie le Vieux-Montréal, en vertu de la *Loi sur les heures d'ouverture et les jours d'admission dans les établissements commerciaux*; il n'y a donc aucune restriction légale quant aux horaires des commerces (RLRQ, 2015).

*Tableau 3.3 – Proportion des commerces ouverts à différents moments de l'année dans le Vieux-Montréal*

Périodes d'ouverture		Janvier	Juin	Octobre
Mercredi	<b>10h</b>	59,6%	65,0%	63,8%
	<b>15h</b>	81,2%	86,4%	85,6%
	<b>20h</b>	39,1%	49,5%	41,4%
	<b>1AM</b>	10,3%	10,6%	10,3%
Vendredi	<b>10h</b>	60,3%	64,5%	63,8%
	<b>15h</b>	82,8%	86,6%	85,7%
	<b>20h</b>	48,1%	55,1%	46,4%
	<b>1AM</b>	12,2%	12,7%	12,8%

De façon générale on compte davantage de commerces ouverts en période estivale. En effet, seize établissements ferment complètement leurs portes en janvier et trente-deux ferment boutique en semaine pour n'ouvrir que les vendredis et les fins de semaine de janvier. En octobre, la situation est toutefois différente. Il s'agit d'une période assez achalandée notamment pour les bateaux de croisières, de même que pour les groupes organisés européens. C'est probablement ce qui explique les faibles différences entre la période estivale et la période automnale (Fig. 3.63 à 3.68).

Ainsi, au total, pas moins de 20% des commerces modifient leurs heures d'ouverture au cours de l'année, soient soixante-dix-neuf commerces. La figure 3.69 montre la localisation des commerces qui modifient leur horaire en parallèle des fonctions touristiques. On constate une forte concentration de ces établissements dans la partie est, soit le secteur touristique identifié précédemment. Voyons maintenant plus en détail l'incidence de cette industrie sur les temporalités.

#### 3.4.5.1 Temporalités touristiques

Comme nous l'avons vu, la densité commerciale assure un achalandage important de jour, et ce tout au long de l'année. Les différents types de commerces au détail, restaurants et institutions assurent une animation en continu, de jour. L'économie de nuit est toutefois moins importante, quoique la présence de nombreux établissements hôteliers est à souligner puisque ceux-ci génèrent un certain trafic, une certaine animation, sur vingt-quatre heures. D'ailleurs, comme le montre la figure 3.31, les hôtels sont répartis assez également sur le territoire et constituent en réalité une bonne proportion des établissements qui demeurent ouverts à 1 heure du matin. Ils assurent donc une présence importante dans le quartier et une animation qui serait autrement déficiente. L'autre partie de cette animation nocturne est par ailleurs assurée par les bars, boîtes de nuit et certains restaurants qui ont le droit de demeurer ouverts plus tard en fonction du permis qui leur est attribué.

Pour ce qui est des établissements commerciaux dont l'horaire varie en fonction des saisons, ils sont, comme nous l'avons vu sur la figure 3.33, pour la plupart situés dans la partie est, à proximité des grandes attractions touristiques. Le tableau 3.4 nous montre les types de commerces dont l'horaire varie au cours de l'année et confirme l'incidence des pratiques touristiques sur ces variations de temporalités. La majeure partie des établissements dont l'horaire varie est constituée de restaurants, alors que les commerces de type souvenir représentent environ le quart de ce groupe. La catégorie des attractions, regroupant les institutions muséales de moins grande envergure et les croisières et visites guidées dont le bureau de vente a pignon sur rue, accapare quant à elle 10% du total. Toutes ces catégories montrent comment l'industrie touristique influence l'animation du quartier, principalement dans sa partie est.

*Tableau 3.4 – Types de commerces dont l'horaire varie*

	<b>Nombre</b>	<b>%</b>
Restaurants	29	36,7%
Crèmerie	3	3,8%
Commerces	16	20,3%
Souvenirs	19	24,1%
Galerie d'art	4	5,1%
Attractions	8	10,1%
<b>TOTAL</b>	<b>79</b>	

La figure 3.71 montre la variation d'achalandage des différentes attractions à l'intérieur et autour du Vieux-Montréal. Les données pour le quartier n'étant pas disponible, on peut à tout le moins observer les tendances mensuelles en étudiant les statistiques des institutions et attrait y sont situés.



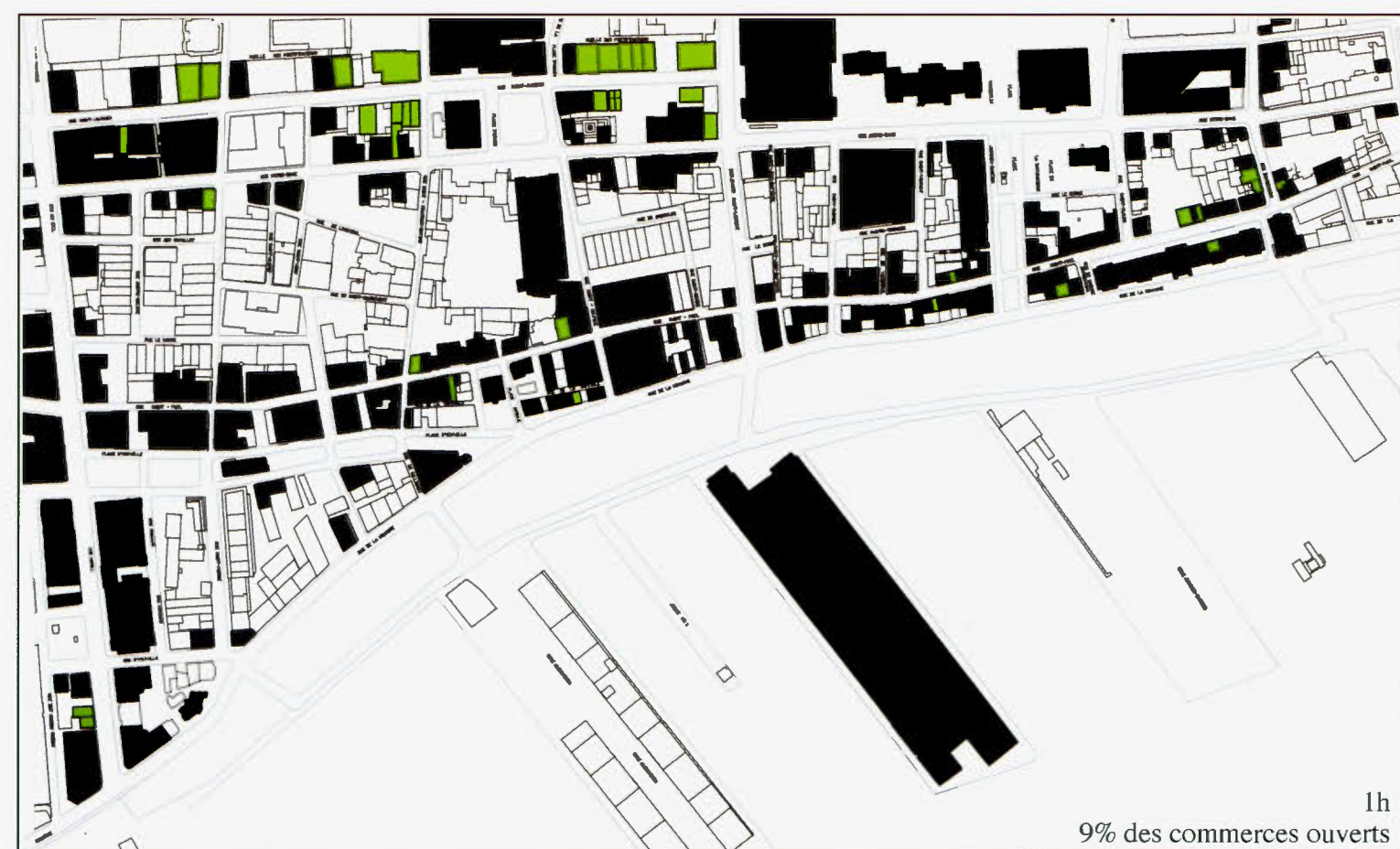
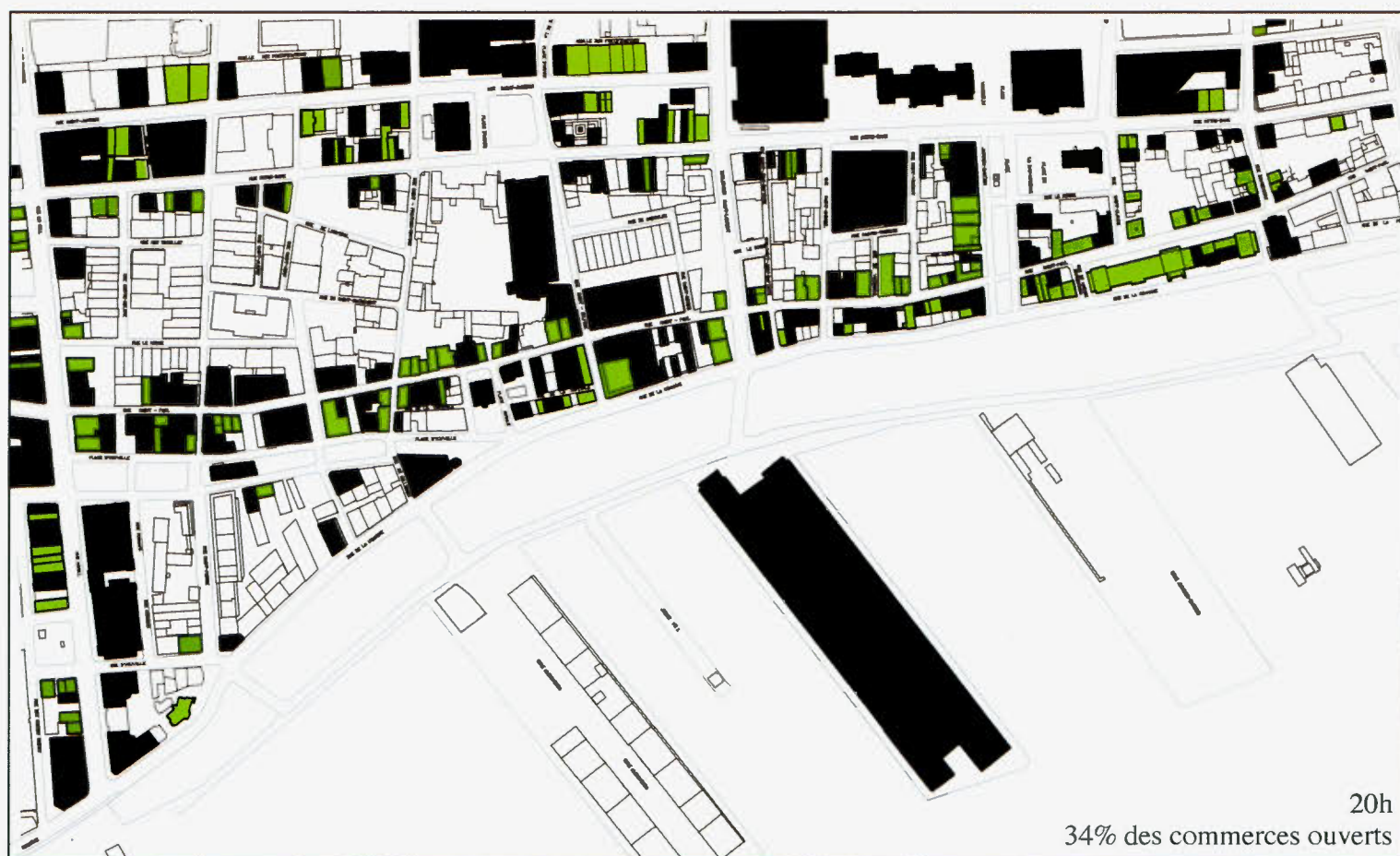
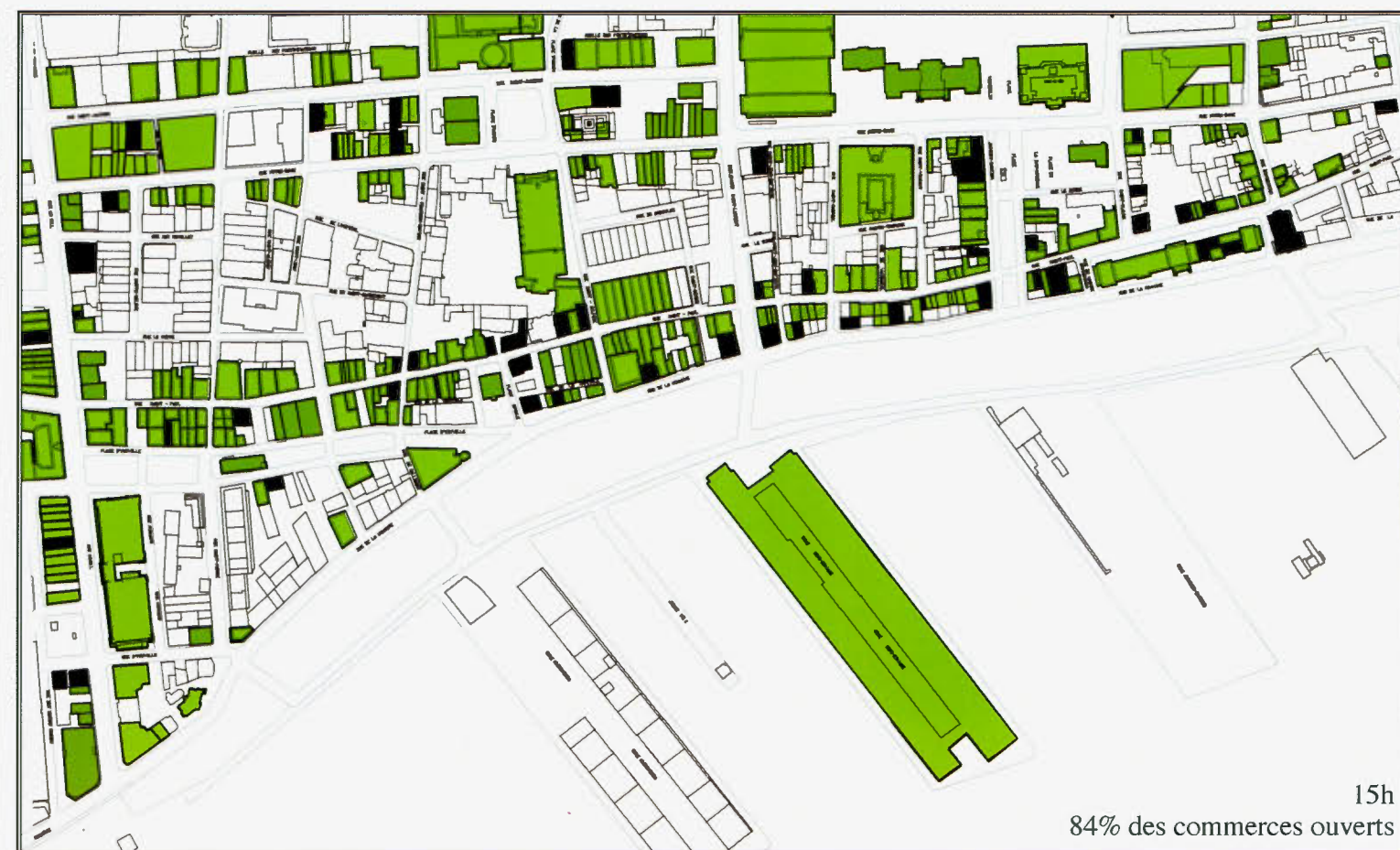
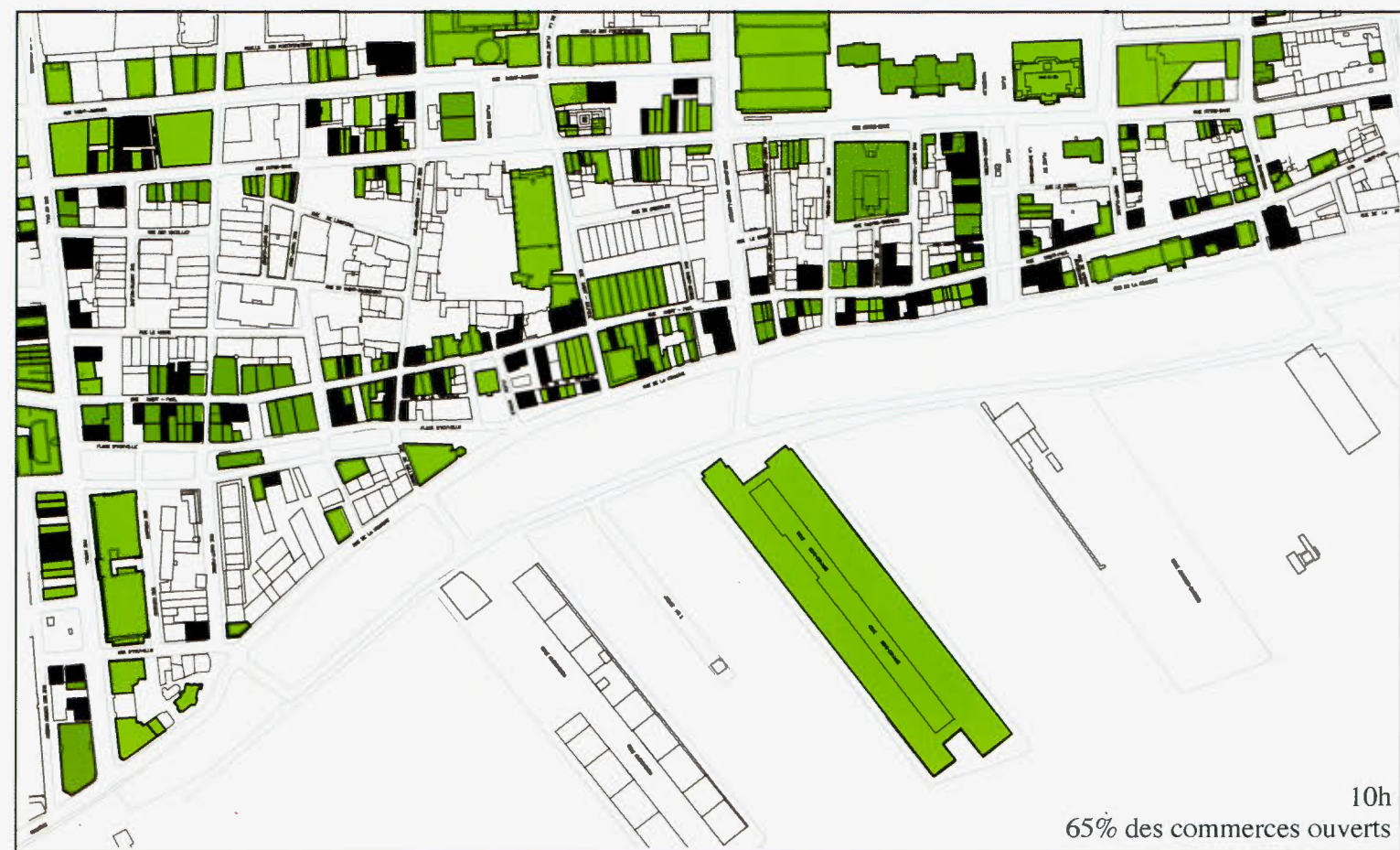


Figure 3.63 - Établissements ouverts le mercredi, en janvier, à 10h, 15h, 20h et 1h AM

0 200 m



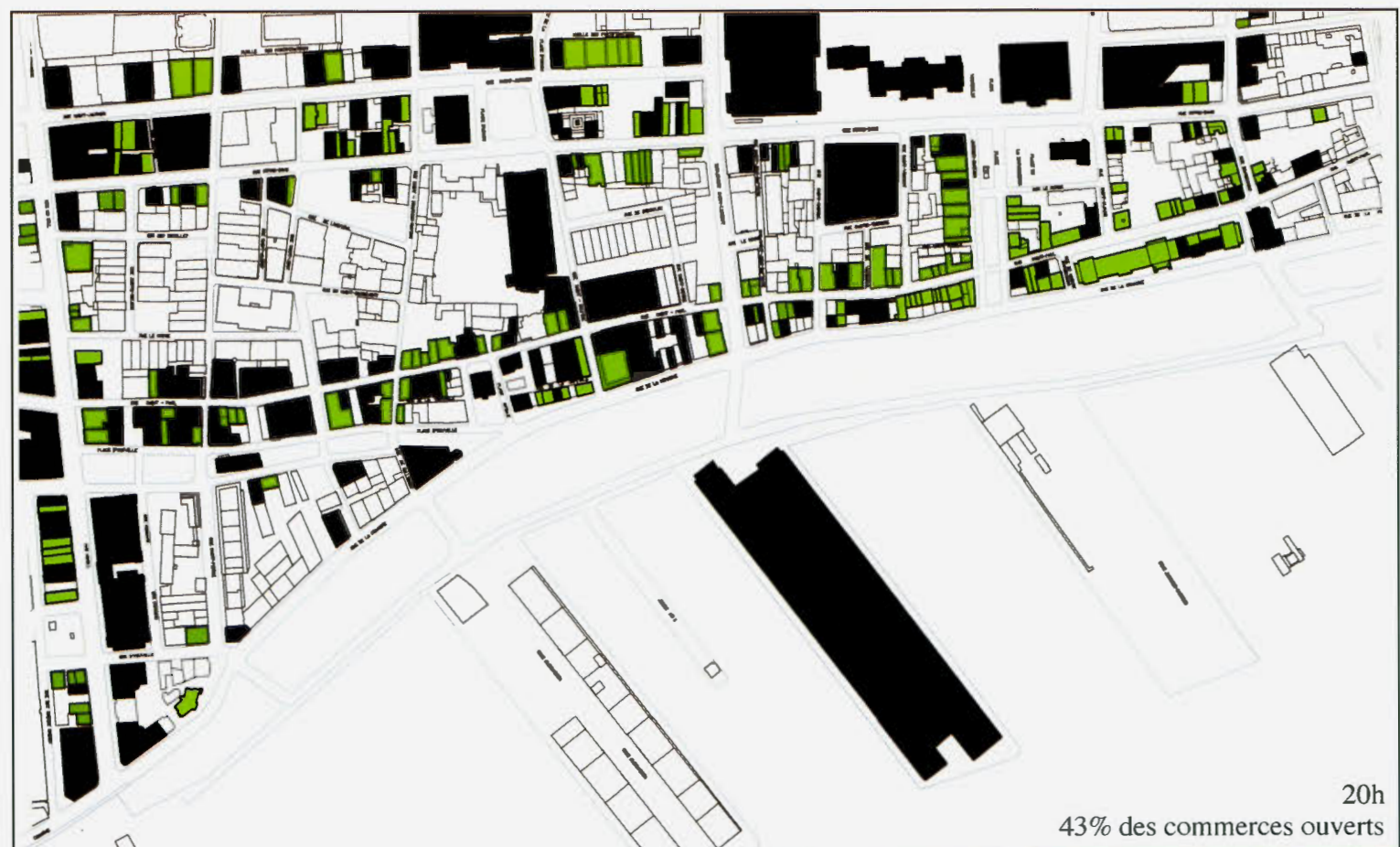
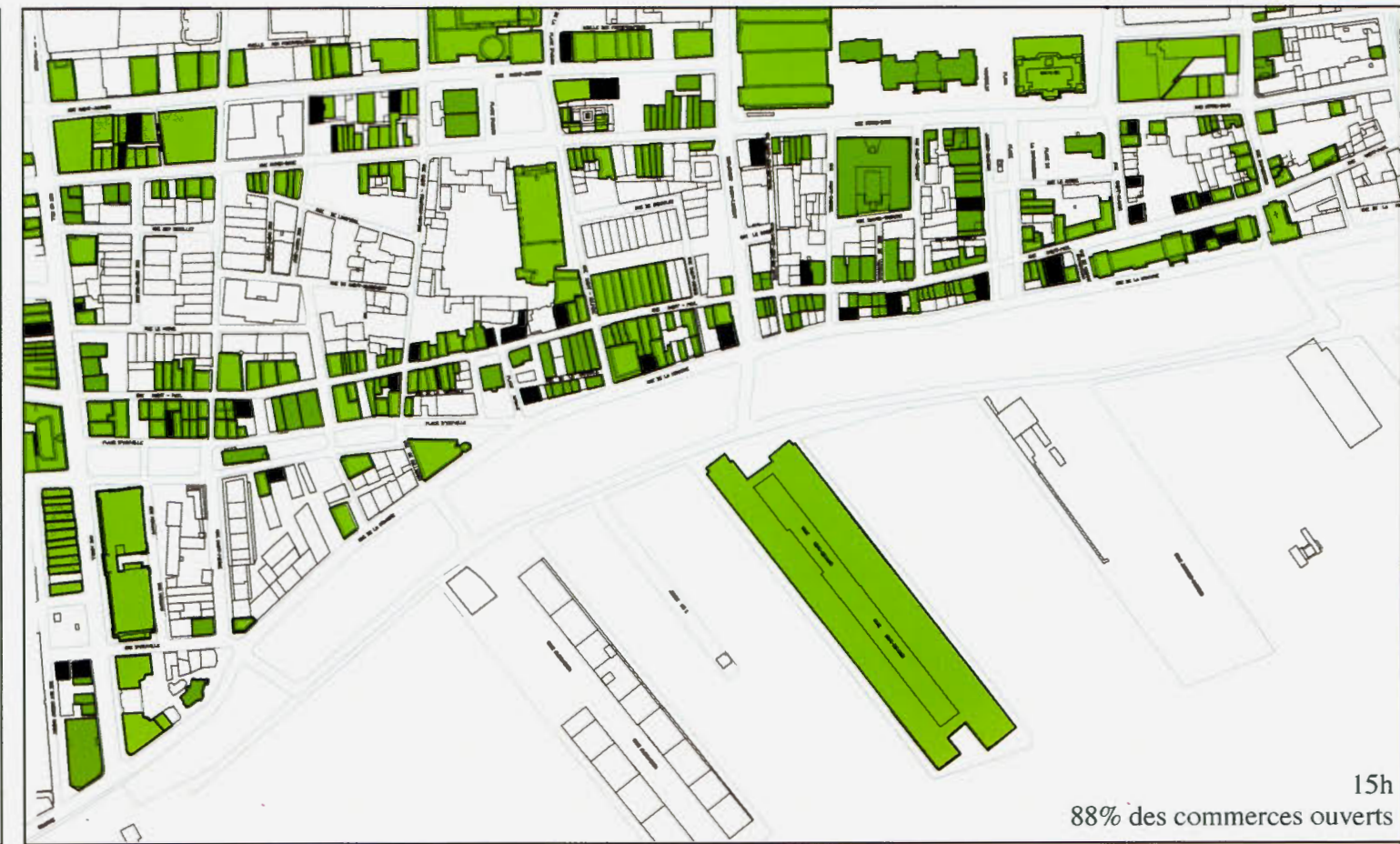
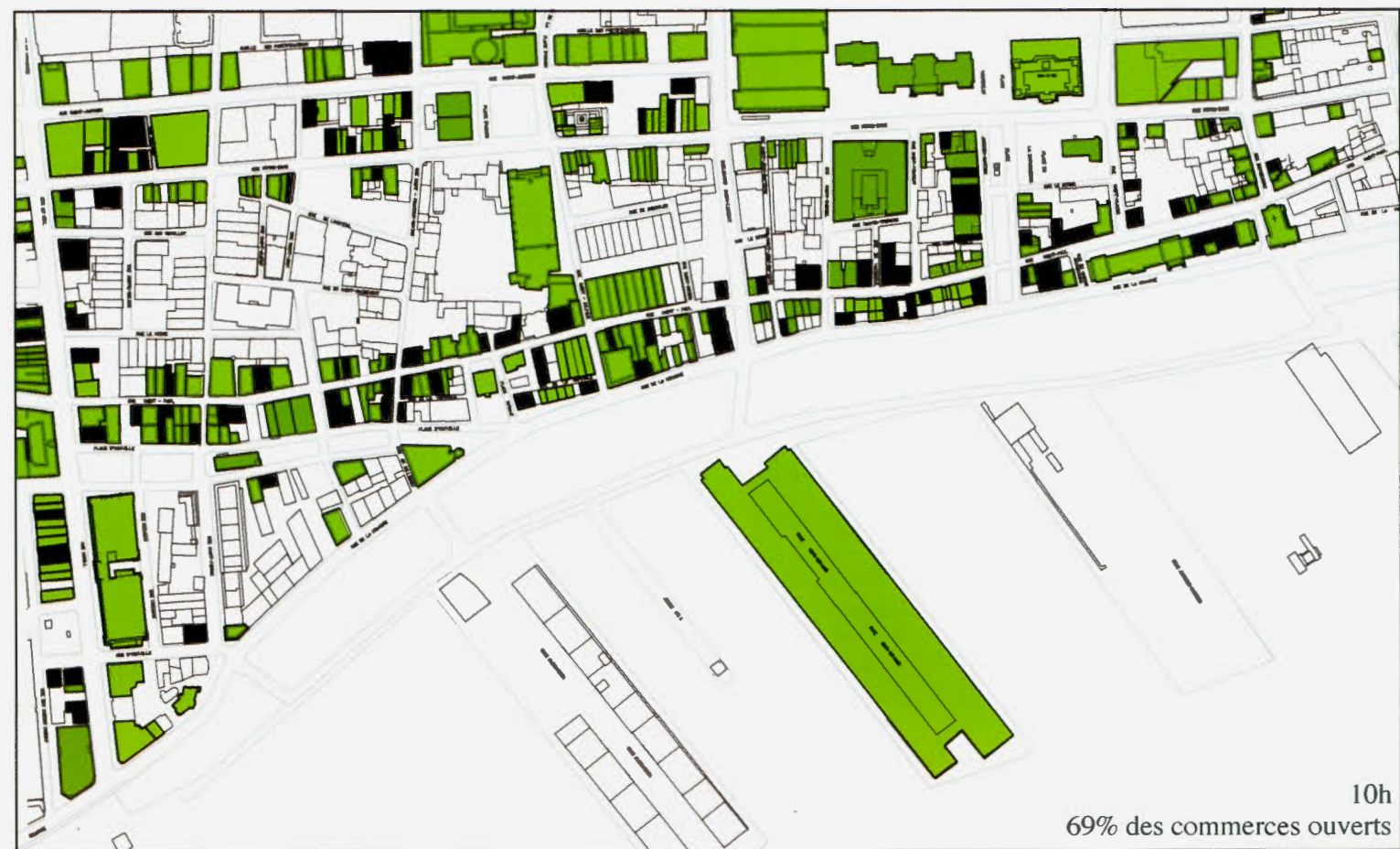


Figure 3.64 - Établissements ouverts le mercredi, en juin, à 10h, 15h, 20h et 1h AM

0 200 m



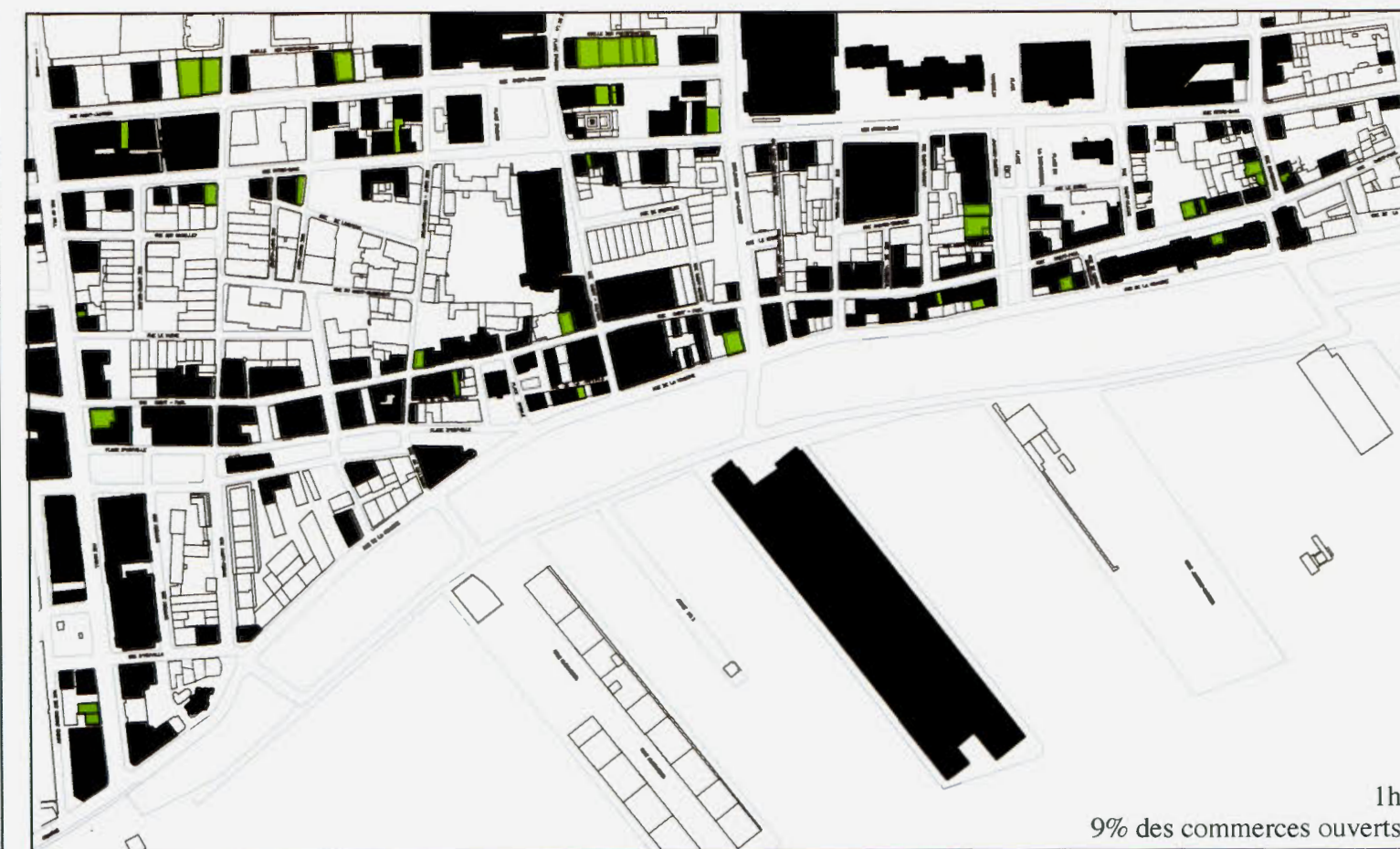
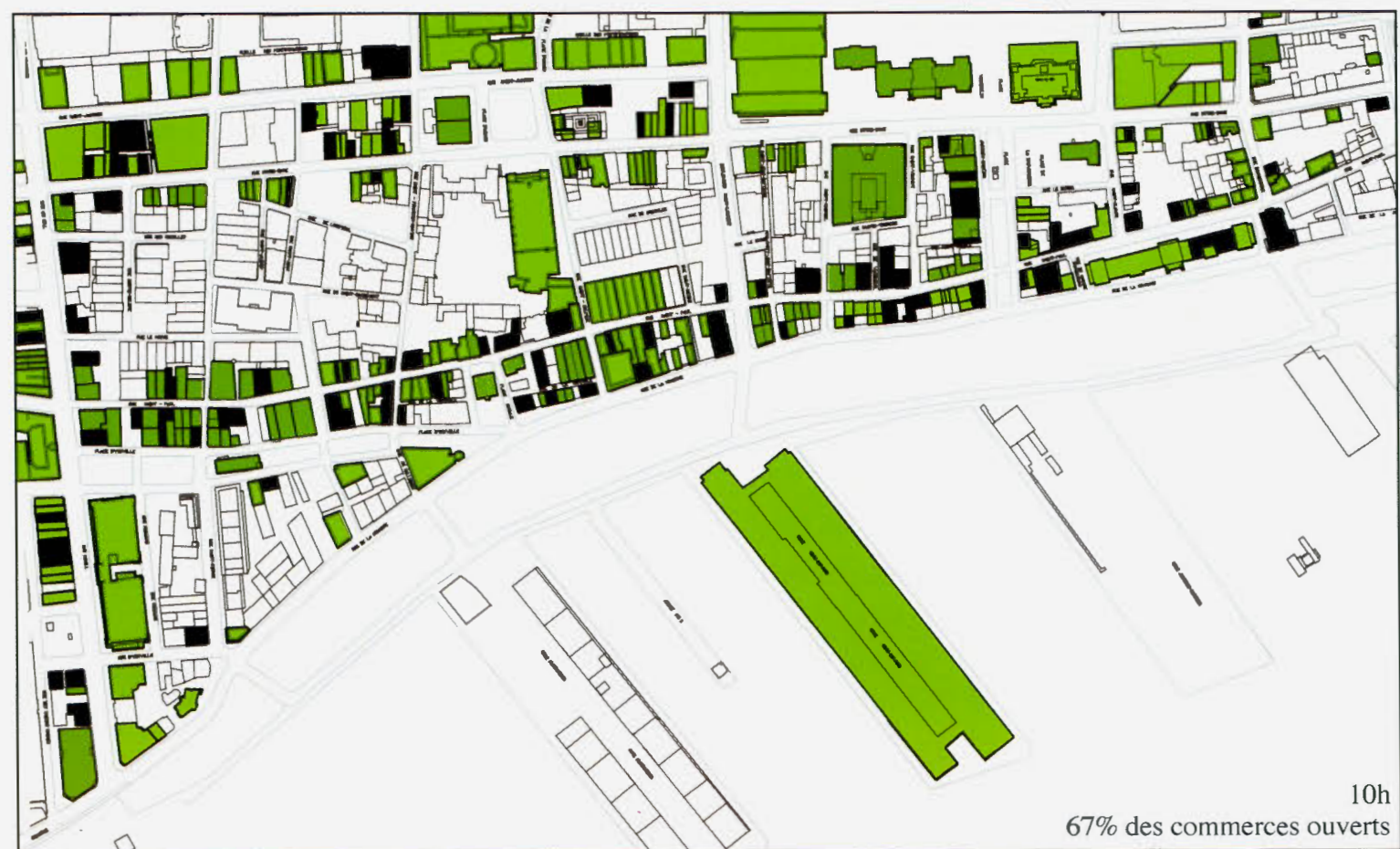


Figure 3.65 - Établissements ouverts le mercredi, en octobre, à 10h, 15h, 20h et 1h AM

0 200 m



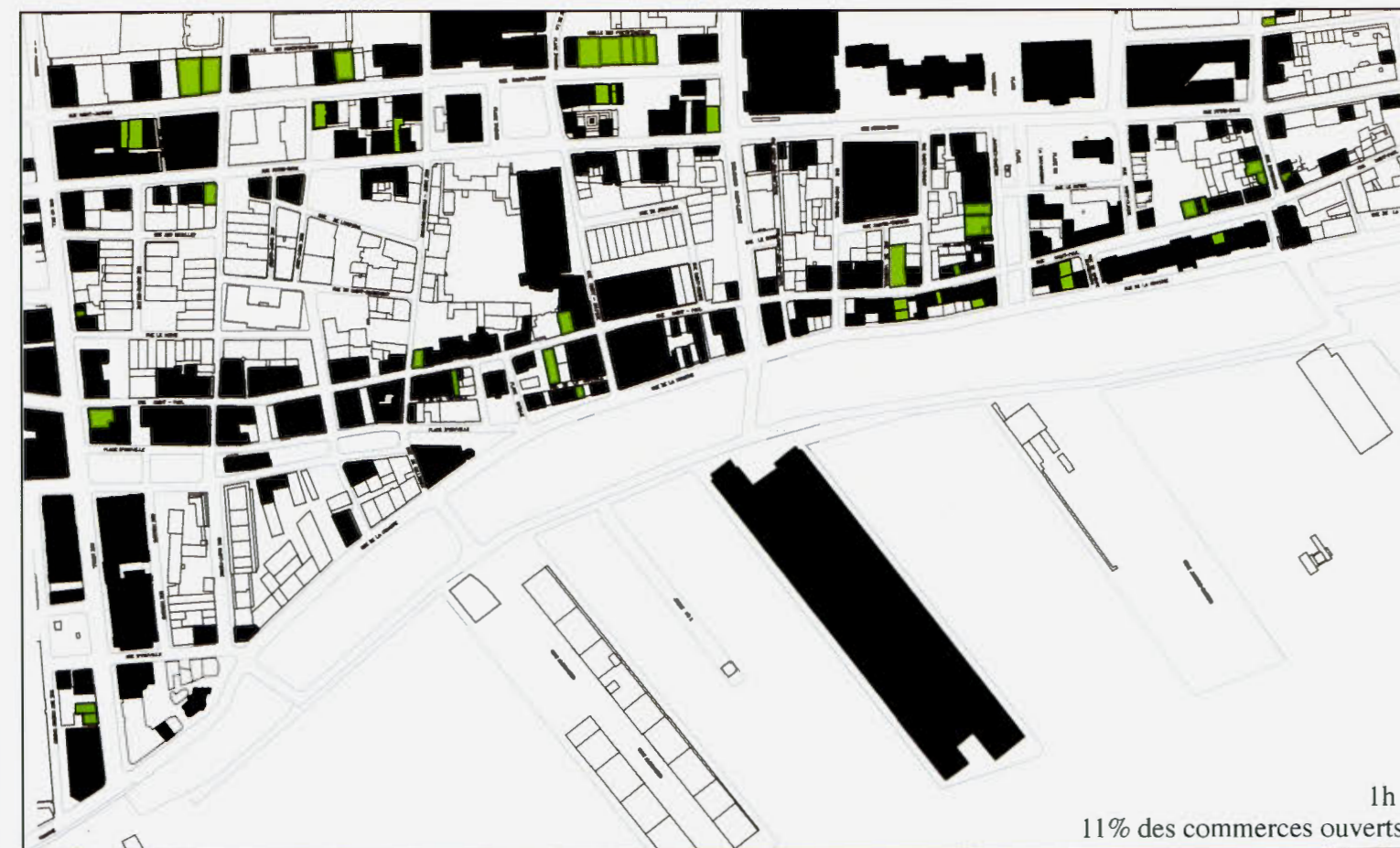
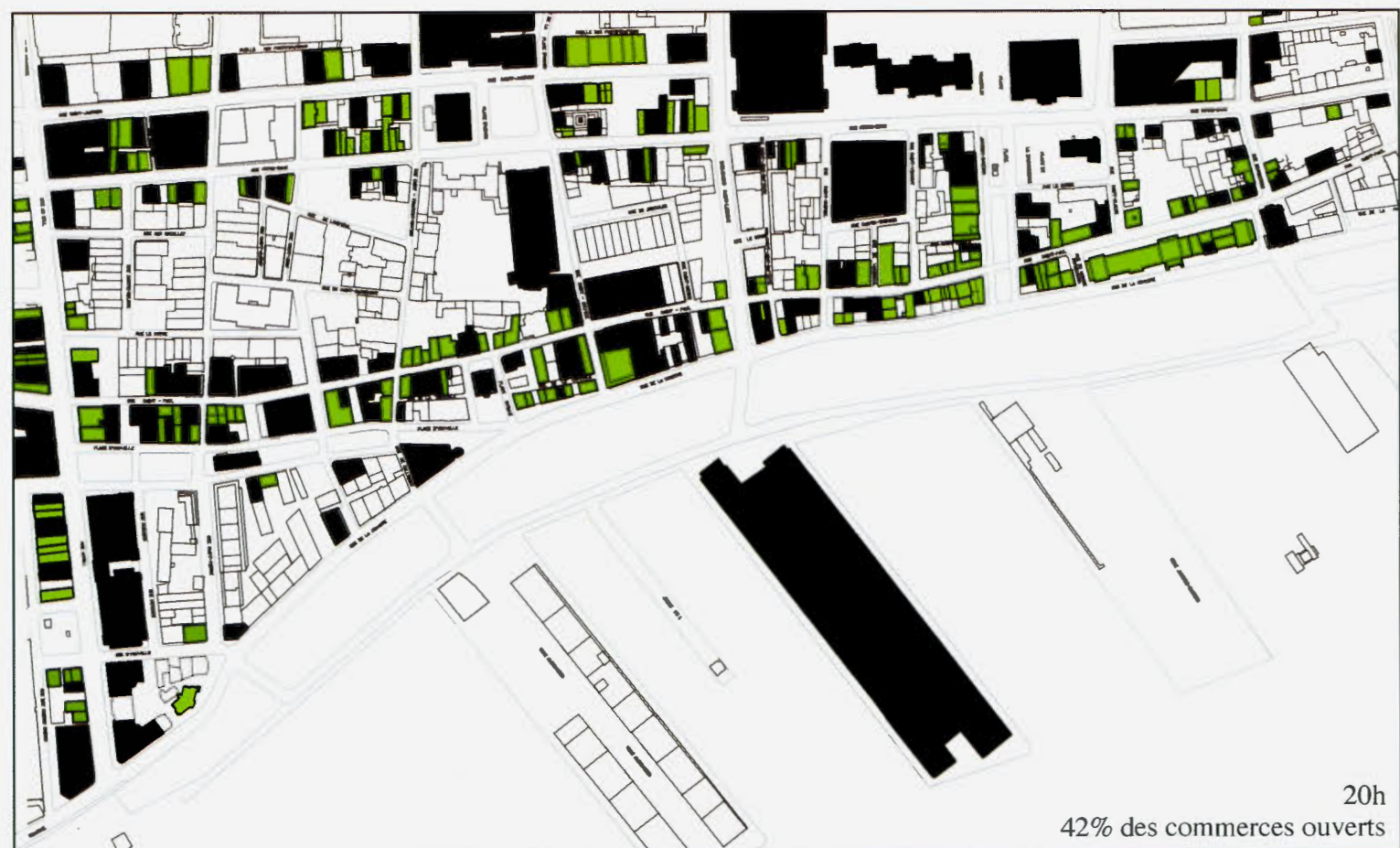
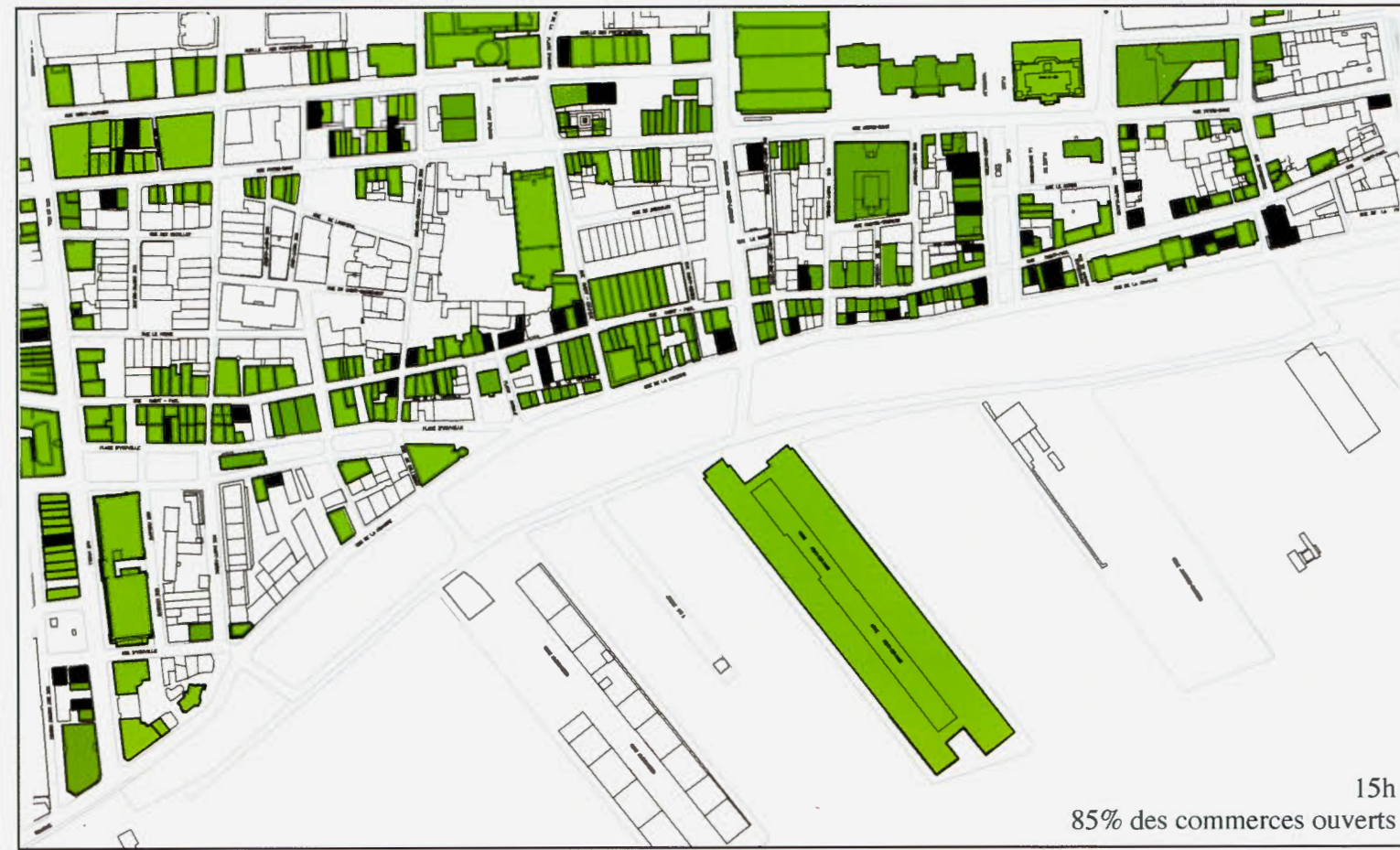
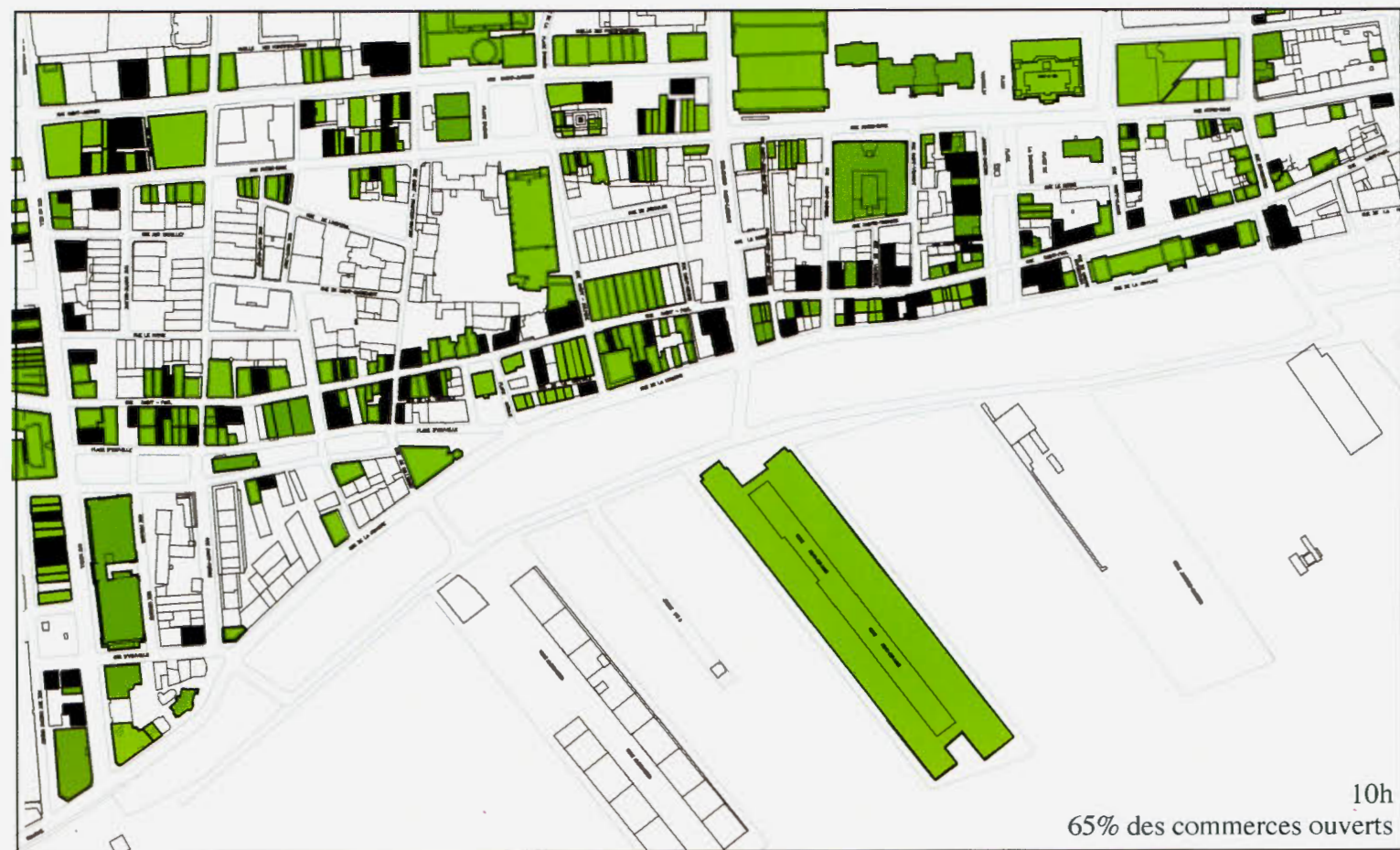


Figure 3.66 - Établissements ouverts le vendredi, en janvier, à 10h, 15h, 20h et 1h AM

0 200 m



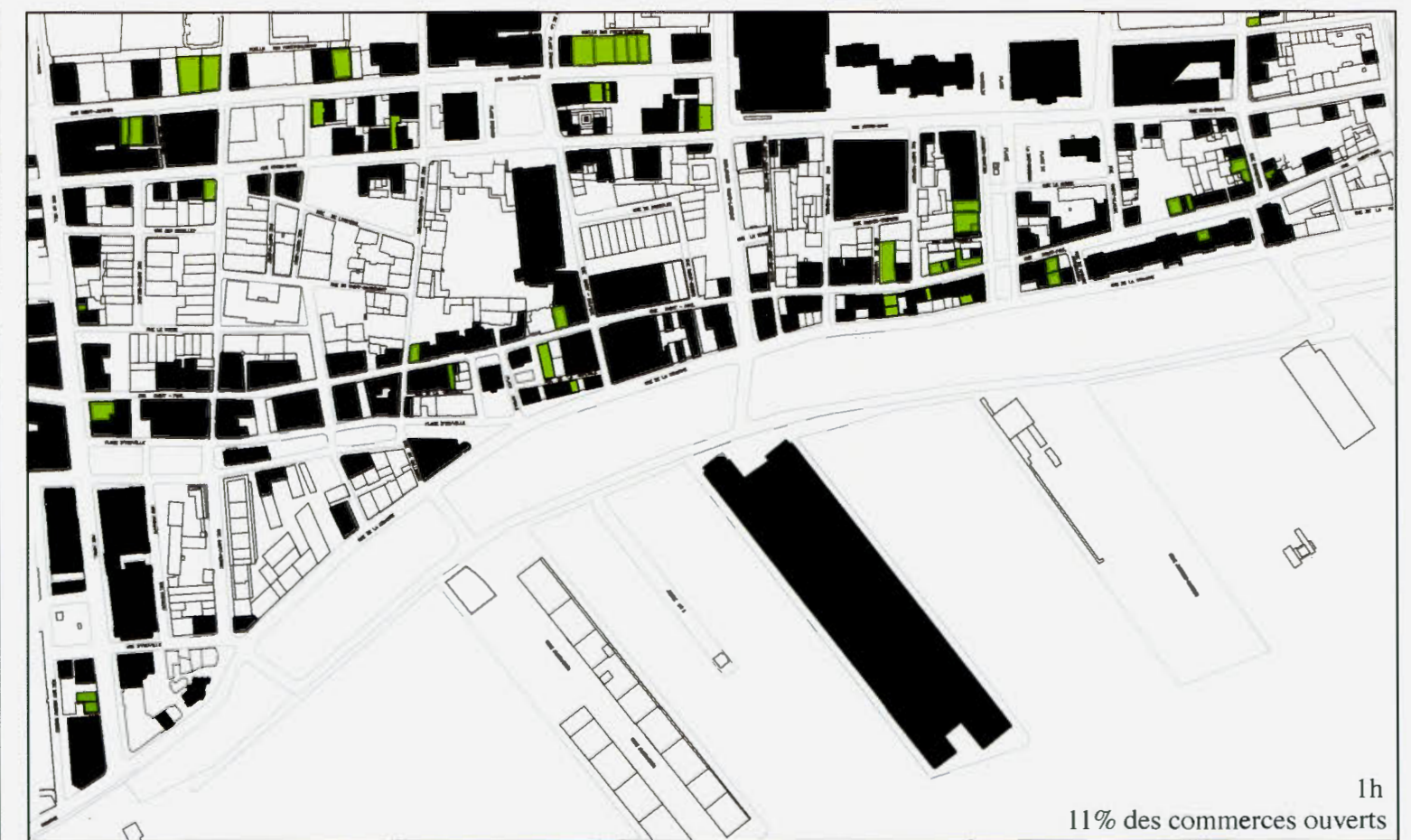
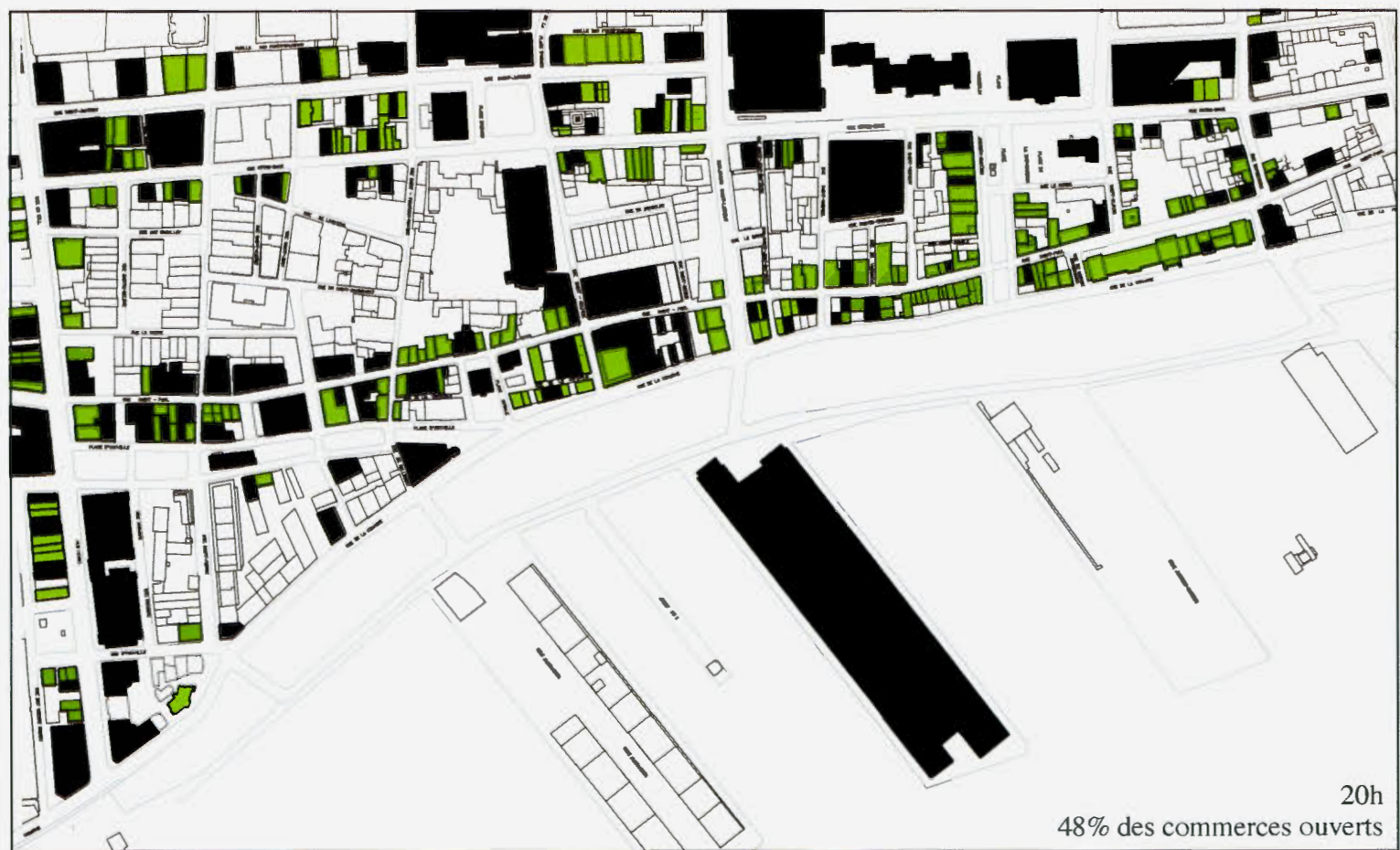


Figure 3.67 - Établissements ouverts le vendredi, en juin, à 10h, 15h, 20h et 1h AM

0 200 m



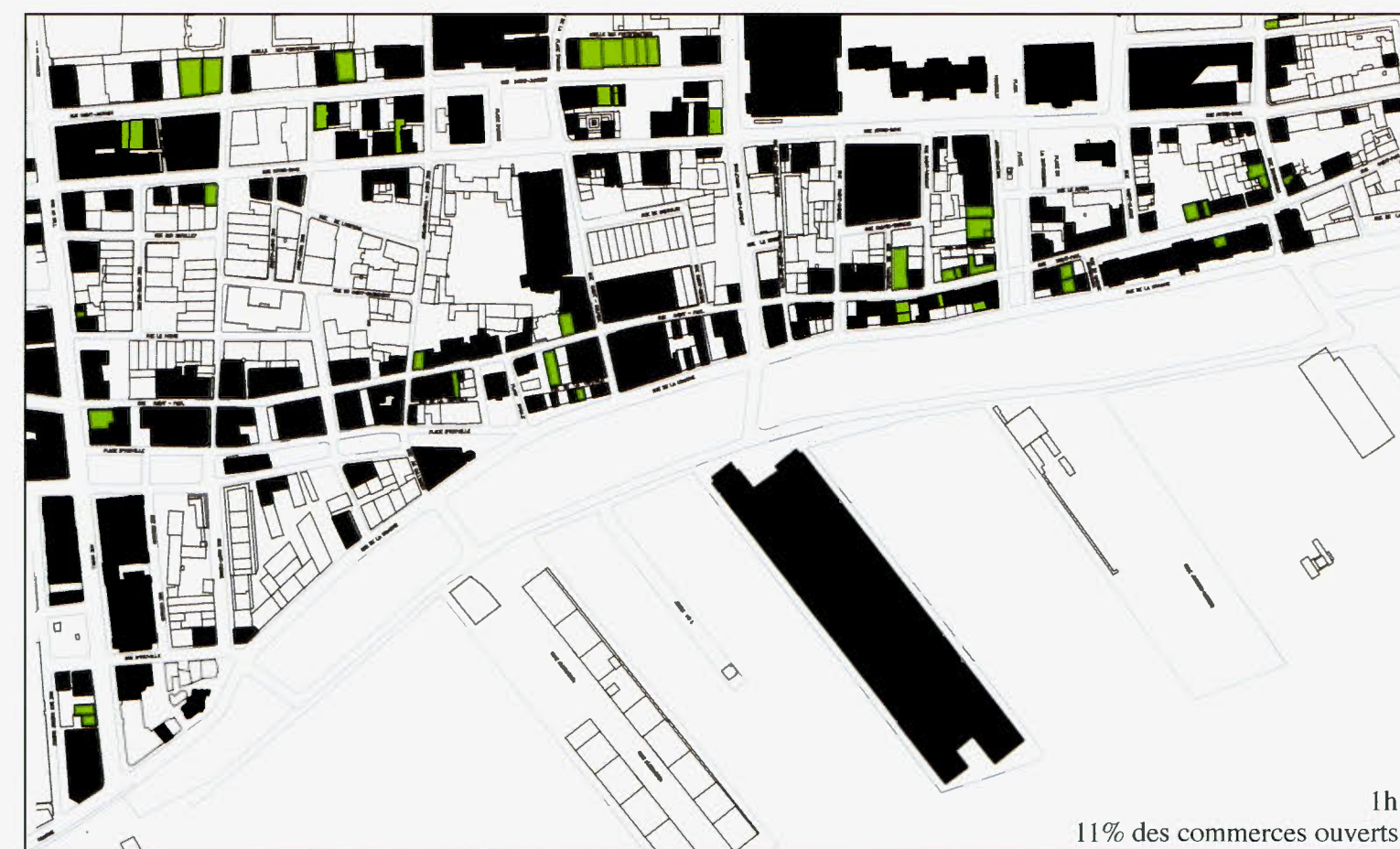
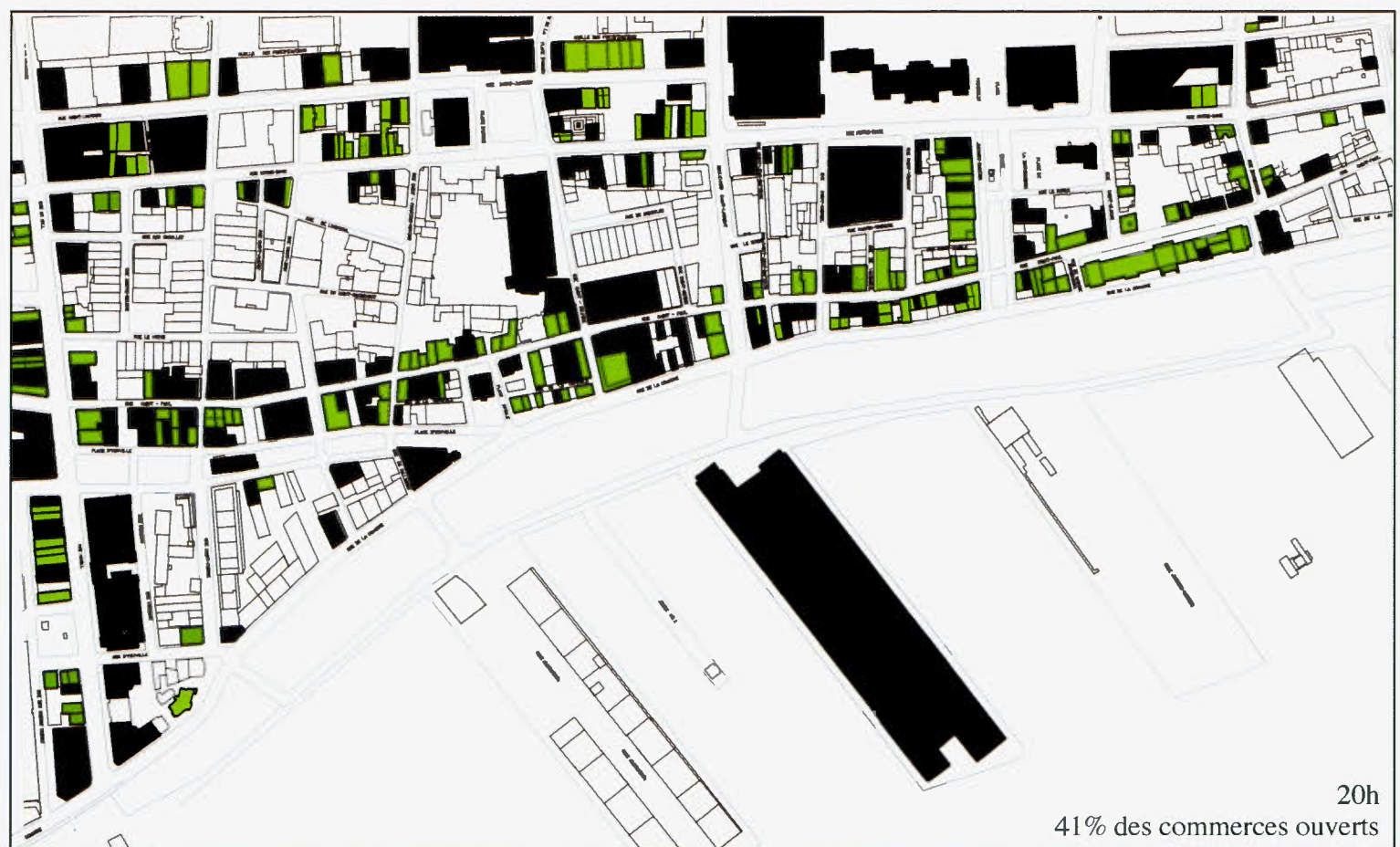
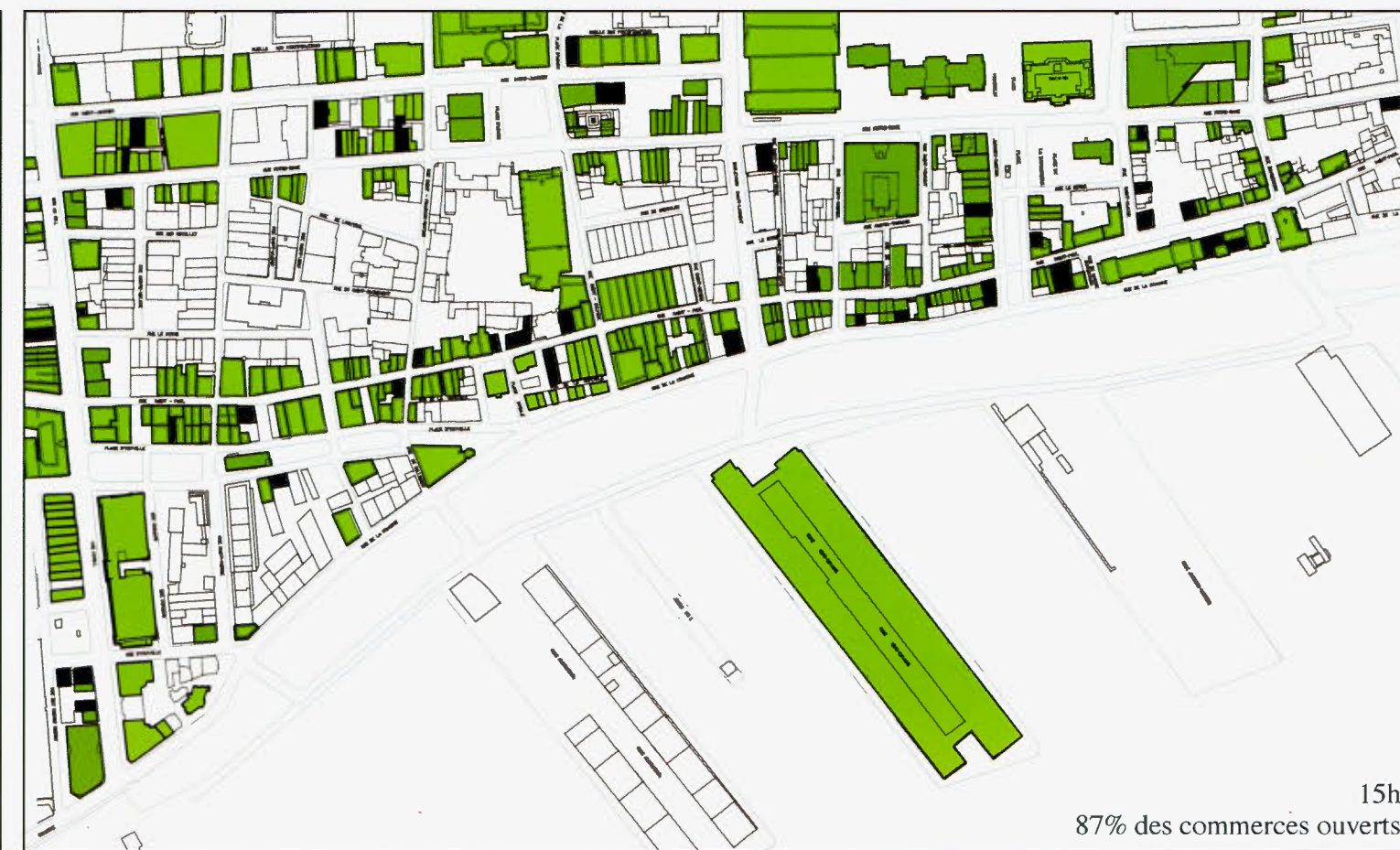
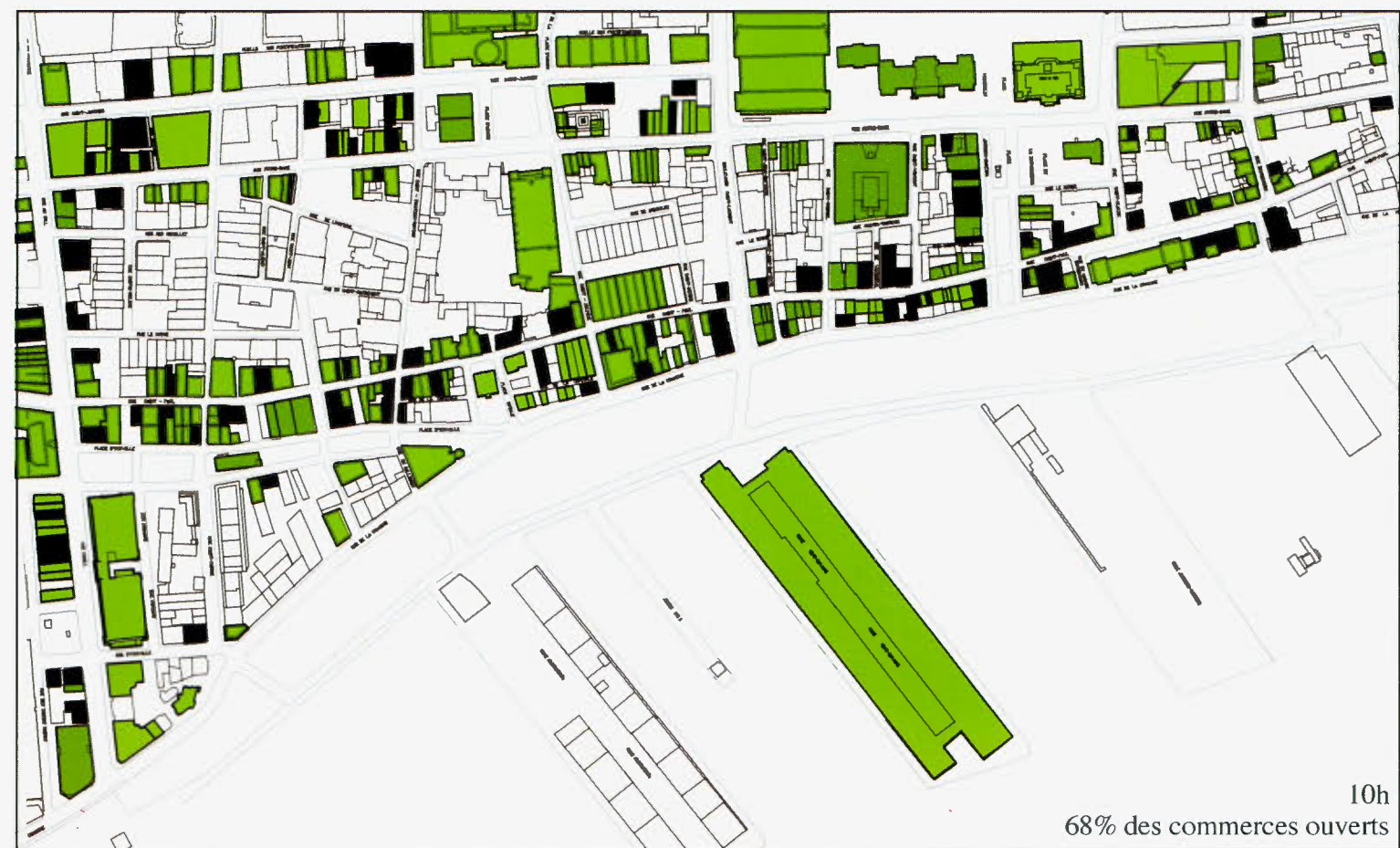


Figure 3.68 - Établissements ouverts le vendredi, en octobre, à 10h, 15h, 20h et 1h AM

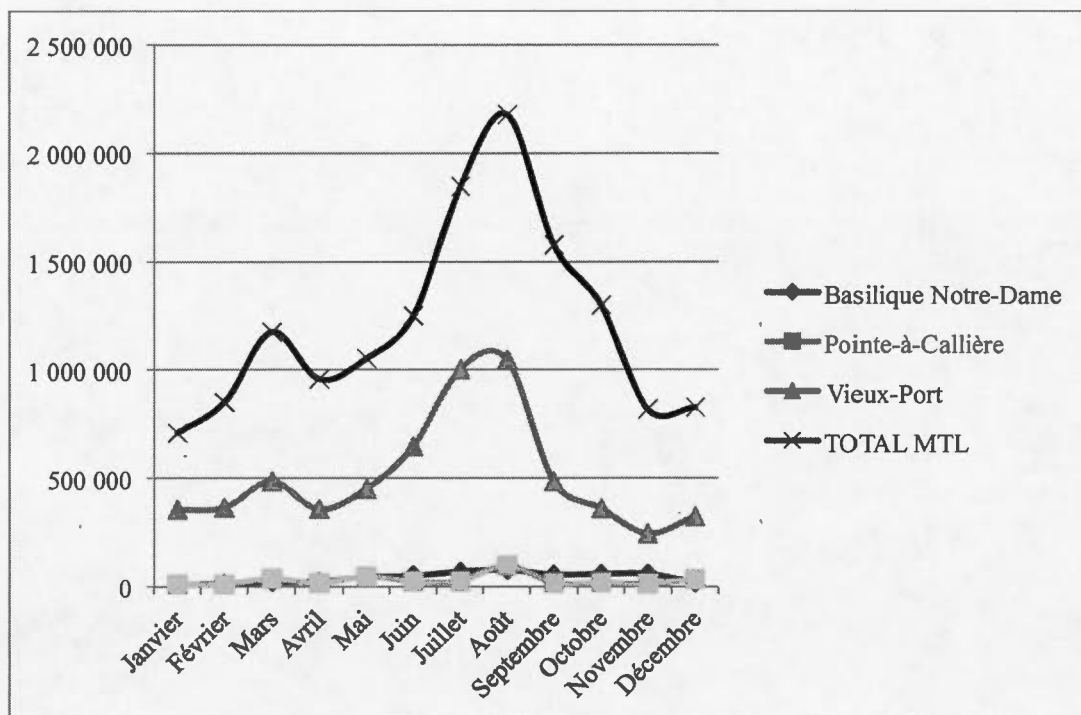
0 200 m







Figure 3.70 – Variation d'achalandage des principales attractions du Vieux-Montréal en 2013



Source : Tourisme Montréal, 2015

Les variations sont extrêmement importantes et concordent avec les constats émis suite à l'analyse des horaires des commerces. Les mois de juillet et août sont de loin les plus achalandés probablement en raison de la météo favorable, des nombreux festivals et, car ils correspondent aux vacances d'été dans tout l'hémisphère nord. On remarque également une légère augmentation en octobre, associée à la venue des bateaux de croisière; et une autre en décembre où bon nombre de travailleurs sont en vacances. L'organisation de nombreuses activités par les acteurs commerciaux du Vieux-Montréal, en décembre, visant à mettre en valeur le caractère féérique du quartier y est probablement pour quelque chose également. Finalement, une hausse significative est aussi observable en mars puisque beaucoup d'étudiants voyagent durant la relâche scolaire, ou le *spring break* canadien et américain.

Par ailleurs, un autre élément important émergeant de l'analyse commerciale est celui de l'absence de différenciation entre les jours de la semaine. Les commerces axés vers le visiteur sont en effet ouverts du lundi au dimanche sans aucune variation d'horaire, alors que dans les autres quartiers, les commerces ferment généralement plus tôt le dimanche et plus tard les jeudi et vendredi. Dans le cas du Vieux-Montréal, la plupart des commerçants disaient pourtant demeurer ouverts de 9h à 22h tous les jours d'été.

La période automnale semble certes plus achalandée qu'en hiver, mais fortement associée aux changements météorologiques. Plusieurs commerçants ont dit fermer boutique plus tôt en cas de journées pluvieuses, principalement à l'automne. Ce discours était particulièrement présent dans les environs de la place Jacques-Cartier et confirme certains comportements observés : les gens ne se rendent pas dans la Vieux-Montréal dans le but unique de consommer un bien ou service. S'il fait froid ou il pleut, les gens n'iront simplement pas se balader et ne visiteront pas, par conséquent, les commerces. D'autres commerçants détiennent également plusieurs établissements similaires, de souvenirs notamment, et ferment l'un d'entre eux en périodes de faible achalandage. Ils adaptent ainsi leur stratégie de vente à la densité de visiteurs.

En plus de ces flux saisonniers, les événements font varier de façon importante l'achalandage pour un temps court dans certains secteurs du quartier. Le tableau 3.5 dresse un portrait sommaire du calendrier annuel des activités et festivités dans le Vieux-Montréal et ses environs. Il faut dire que depuis quelques années, la Société de développement commerciale (SDC) du Vieux-Montréal multiplie les activités en plein air et les performances artistiques. Les différentes places publiques accueillent donc régulièrement des initiatives visant à animer le quartier.



*Tableau 3.5 – Calendrier sommaire des événements s'étant déroulés dans le Vieux-Port et le Vieux-Montréal en 2014*

Mois	Période	Lieu	Évènement
Février	Soir	Quais du Vieux-Port	Igloofest
Février	Jour et nuit	Vieux-Montréal*	Nuit Blanche – Montréal en lumières
Février	Jour	Place d'Youville*	Symphonies portuaires
Juin	Jour et soir	Rue Saint-Paul*	Évènements F1
Juin	Jour	Promenade du Vieux-Port	Eureka
Juillet	Jour et soir	Quais du Vieux-Port	Diverscité
Juillet	Jour	Place Jacques-Cartier*	Brunchs musicaux
Août	Soir	Quais du Vieux-Port	Orientalys
Août	Soir	Quais du Vieux-Port	Festival reggae de Montréal
Août	Jour	Place d'Youville*	Marché public du Vieux-Montréal
Septembre	Jour	Place d'Youville*	Tournoi de pétanques
Décembre	Jour et soir	Place Jacques-Cartier*	Haltes chaleureuses
Décembre	Soir	Quais du Vieux-Port	Feux sur glace Telus
Décembre	Soir	Quais du Vieux-Port	Nouvel an

\* Se déroulant directement dans le Vieux-Montréal

Source : Société de développement commercial du Vieux-Montréal

D'autres événements sont de très grande envergure, comme le Grand prix du Canada par exemple. Par contre les schèmes de déplacement ne sont pas modifiés de façon importante au cours de ces événements, hormis lorsque des modifications aux circuits traditionnels sont opérées. Autrement, le Vieux-Montréal bénéficie d'un achalandage supplémentaire, dû à ces événements, mais les effets se font surtout dans la partie est, conformément aux constats d'usages et d'ambiances dressés précédemment. Le quartier subit aussi le passage de milliers de festivaliers lors des événements situés dans le Vieux-Port adjacent.

En somme, à l'issue de cette analyse exhaustive des temporalités commerciales et touristiques, on peut affirmer que les pratiques touristiques diminuent la diversité des temporalités dans le Vieux-Montréal, principalement en raison des fortes variations saisonnières. La forte concentration spatiale des attractions et des commerces associés

à la présence de l'industrie touristique accentue les variations d'animation et l'ouverture des façades dans le temps en fonction de la saison. À l'ouverture des commerces s'ajoute également l'occupation de l'espace public beaucoup plus intensif en période estivale, notamment par les terrasses et événements ponctuels.

Cette concentration importante des pratiques touristiques dans l'espace et dans le temps contribue à accentuer les différences saisonnières. L'ambiance festive et ludique qu'on retrouve en été fait place à un vide en période hivernale. L'achalandage démesuré en été contribue donc à faire fuir certains types d'usagers qui ne se sentent pas concernés par l'offre en place et qui associe une image touristique et festive au quartier; le Vieux-Montréal est donc déserté par les visiteurs en hiver en raison du froid, et déserté par les autres usagers potentiels en raison de l'image.

En contrepartie, les pratiques touristiques, par définition hors quotidien, accentuent également l'ouverture des établissements à des temporalités autrement peu occupées, comme le dimanche soir où les quartiers sont traditionnellement plus tranquilles. Les commerces ferment donc leurs portes en suivant l'achalandage ou la température, sans égard au jour de la semaine ou à l'horaire traditionnel. Cette situation peut certainement améliorer la qualité de vie de certains résidents qui trouveront certains biens ou services plus facilement en période autrement plus creuse, mais a également l'inconvénient de rendre le quartier plus achalandé, voire d'accentuer certaines nuisances comme le bruit ou la congestion.

En somme, l'impact des pratiques touristiques sur la diversité des temporalités semble plutôt négatif en raison d'une concentration saisonnière importante.

### 3.5 Synthèse : impacts des pratiques touristiques dans le Vieux-Montréal

Les pratiques touristiques dans le Vieux-Montréal sont fortement concentrées spatialement et temporellement et nuisent par conséquent à la qualité urbaine du quartier. En fait, leur trop forte présence diminue la possibilité d'autres usagers

potentiels, notamment des résidents. Si, sur le plan formel, le Vieux-Montréal présente des qualités certaines, notamment en matière de perméabilité et de transparence, le bilan en matière de diversité fonctionnelle n'est pas aussi positif.

L'offre de biens et services de proximité, principalement d'alimentation, est déficiente. Les usagers locaux peuvent difficilement s'approvisionner en produits frais dans un vaste périmètre, et doivent même quitter le quartier. La partie est offre par ailleurs un nombre élevé d'établissements de restauration et de débits de boisson dû à la concentration importante des pratiques touristiques dans ce secteur; les données de questionnaire corroborent d'ailleurs cette observation. Les institutions et attractions à vocation culturelle et touristique sont quant à eux concentrés autour de la Place Jacques-Cartier et couvrent l'axe de la rue Saint-Paul, où on retrouve de nombreuses boutiques souvenirs et galeries d'art aussi très peu adaptées à la vie quotidienne.

Les abords de cette place offrent par ailleurs de nombreux éléments associés à l'industrie. La signalisation, le domaine public historicisé, l'illumination des bâtiments et la présence d'amuseurs publics contribuent par ailleurs à l'amélioration partielle de la qualité urbaine. À cet effet, on se rend compte que près de 40% des visiteurs ne quittent pas ces circuits mis en tourisme et demeurent dans ce secteur. L'ambiance qui en résulte en est une festive, et les usages sont beaucoup plus relâchés, d'un rythme plus lent que ce qui est observable dans d'autres quartiers, voire dans la partie ouest du Vieux-Montréal. En réalité, cette ambiance n'est observable que dans la partie est et s'étend jusqu'à la Place d'Armes qui constitue en quelque sorte le croisement, le point de transition entre cette polarité touristique et le secteur d'affaires, lui-même une extension du centre-ville.

On passe ainsi d'un quartier avec des foules, des terrasses, des amuseurs publics et des commerces axés vers le visiteur, à un quartier intéressant aux qualités formelles élevées, mais dont l'ambiance s'apparente à un centre-ville. Les rythmes sont donc



très différents et les variations temporelles, quotidiennes et hebdomadaires y sont plus importantes. Les heures de pointe suivent davantage la logique des travailleurs alors que dans la partie est, les pratiques touristiques dictent le rythme du quartier.

Finalement, en matière de temporalité, les pratiques touristiques améliorent certes la qualité urbaine sur certains aspects, mais y nuisent de façon générale en raison de la forte saisonnalité. On retrouve en effet des foules impressionnantes en été, alors que l'hiver le quartier devient pratiquement désert. Les commerces ferment leurs portes et contribuent à diminuer les qualités formelles et fonctionnelles, et la qualité d'ambiance est également compromise. En revanche, l'horaire en été est allongé et les commerces ne font que très peu de distinction entre les jours de la semaine, demeurant ouverts au gré de la clientèle. Des usagers autres que visiteurs peuvent ainsi bénéficier de ces plages horaires plus étendues; avec comme corolaire un achalandage plus tardif, générant parfois au passage certaines nuisances.

Tableau 3.6 – Synthèse des opérateurs de la qualité urbaine dans le Vieux-Montréal et effets des pratiques touristiques

	Portrait global	+ ou -	Impact des pratiques touristiques
<i>Diversité formelle</i>	Taux de vacance élevé Perméabilité et transparence assez bonnes	+  +  -	Diminution du taux de vacance Augmentation de la densité commerciale Augmentation de l'occupation du domaine public (terrasses) Infrastructures touristiques mal intégrées (musées, institutions, etc.)
<i>Diversité fonctionnelle</i>	Forte polarisation : touristique et activités de centre-ville Peu de services de proximité	-  -  -	Achalandage touristique concentré Concentration de commerces axés vers le visiteur Diminution du nombre de commerces de proximité dans le secteur touristique
<i>Diversité des usages et des ambiances</i>	Forte polarisation : touristique et activités de centre-ville	+  +  +  -  -	Achalandage touristique certain dans la partie ouest Augmentation de l'achalandage Donne un caractère festif à certaines zones Génère beaucoup de trafic Usages parfois incompatibles avec le quotidien d'autrui
<i>Diversité des temporalités</i>	Animation fortement dépendante des saisons	+/-  +/-  +/-  +	Forte saisonnalité Aucune variation selon les jours de la semaine l'été Présence de bars et clubs Concentration commerciale sur la Saint-Paul, horaire de jours

Les pratiques touristiques améliorent sans conteste la qualité urbaine du Vieux-Montréal. Elles créent de nouvelles ambiances plus festives, allongent certaines temporalités, diminuent le taux de vacances et améliorent la qualité formelle par le fait même. Les répondants étaient d'ailleurs très satisfaits de cet aspect du Vieux-Montréal et disaient, généralement, qu'il s'agissait d'un quartier vivant.

Les problèmes des pratiques touristiques sont plutôt leur concentration dans le temps et dans l'espace. La forte saisonnalité de l'industrie fait du Vieux-Montréal un quartier pratiquement surpeuplé quatre mois par année et peu animé durant la saison hivernale. Les variations dans les horaires des commerces témoignent de ces fluctuations importantes. L'animation du quartier tout entier est donc devenue dépendante des pratiques touristiques. L'organisation d'évènements ponctuels pour tenter d'animer le quartier témoigne d'ailleurs de cette nécessité de créer de l'ambiance pour générer de l'achalandage. Un quartier dont la qualité urbaine est élevée n'aurait pourtant pas besoin d'interventions externes délibérées pour s'animer puisque sa configuration génèrerait naturellement un achalandage. Si la mise en tourisme du Vieux-Montréal a contribué à sa survie et sa remise en valeur, l'état actuel des choses fait en sorte que les pratiques touristiques extensives nuisent au développement d'une réelle qualité urbaine pour tous.



## CHAPITRE IV

### LE CAS DE SAN TELMO

Le présent chapitre aborde le cas de San Telmo à Buenos Aires et vise à comprendre les impacts des pratiques touristiques dans le quartier. Dans un premier temps, nous situerons brièvement le secteur à l'étude, d'abord géographiquement, puis historiquement afin d'expliquer comment les autorités ont amorcé, depuis trois décennies, sa conversion en attraction touristique malgré certains intérêts divergents. Nous aborderons notamment les différentes politiques et mesures entreprises en ce sens. Comme pour le cas montréalais, l'objectif est aussi de répondre aux deux premières questions de recherche, à savoir quels sont les effets des pratiques touristiques sur la qualité urbaine et quels sont les effets de ces pratiques pour les autres usagers.

Les résultats de la recherche seront présentés en deuxième partie. Nous dresserons d'abord le portrait du quartier en fonction des quatre opérateurs de la qualité urbaine. Puis nous verrons ensuite comment la concentration des mesures de développement touristique a permis la consolidation de différentes polarités contrastées, dont l'une axée sur le tourisme. Une analyse plus poussée nous permettra cependant de constater que les pratiques touristiques, bien qu'historiquement concentrées, sont de plus en plus diffuses et que le territoire mis en scène ne correspond plus uniquement à celui effectivement visité.

#### 4.1 Mise en contexte : Buenos Aires et San Telmo

Buenos Aires, capitale de l'Argentine, est située aux abords du *Rio de la Plata* (Fig. 4.1). Depuis la réforme de la constitution de 1996, la ville de Buenos Aires jouit d'un statut particulier, celui de ville autonome, qui lui confère des pouvoirs exécutifs,

législatifs et judiciaires indépendants (CABA, 2015). La population de la ville était, en 2010, de 2,9 millions d'habitants avec une densité d'environ 15 000 habitants par kilomètre carré; l'agglomération compte quant à elle quelque 9,9 millions d'habitants (INDEC, 2010). Sur le plan administratif, la ville est divisée en quinze *comunas* distinctes qui regroupent chacune plusieurs quartiers. Celui de San Telmo est ainsi situé dans la *comuna* 1, qui inclut également le centre des affaires et les quartiers de Retiro, San Nicolas, Puerto Madero et Constitución (Fig. 5.2). Ce secteur est, pour l'ensemble de la ville, celui ayant connu la plus forte croissance de population sur dix ans, atteignant une augmentation de 19,7% entre 2001 et 2010 (INDEC, 2010). Cette croissance s'explique notamment par l'expansion du centre-ville et du nouveau quartier de Puerto Madero.

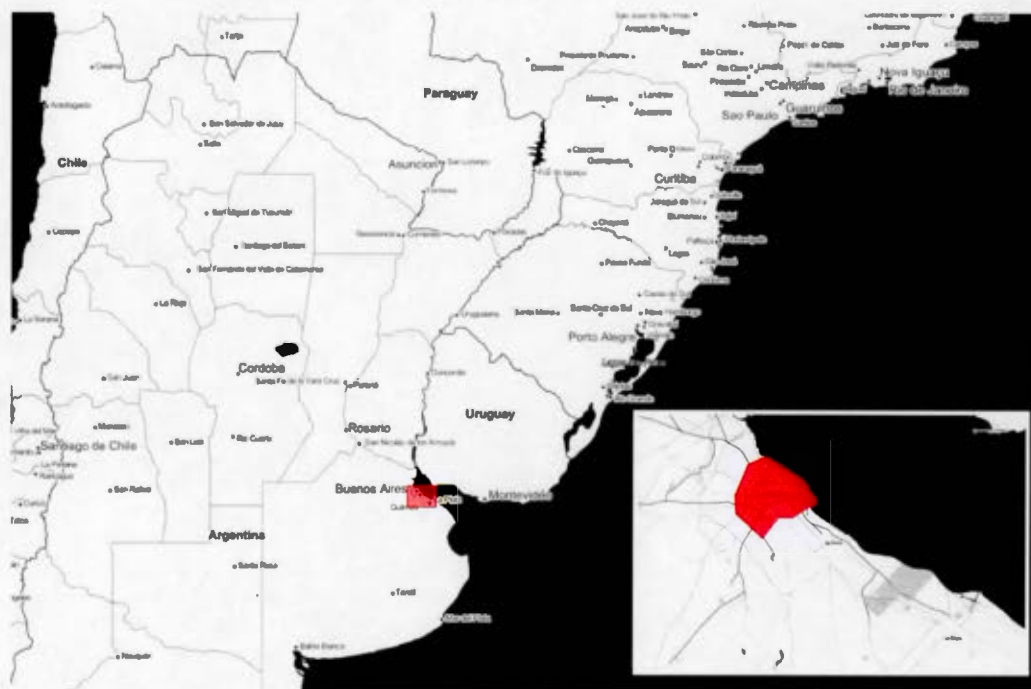


Figure 4.1 – Mise en contexte géographique, le grand Buenos Aires en Amérique du sud et la ville autonome de Buenos Aires dans l'agglomération



*Figure 4.2 – Mise en contexte géographique, le quartier d'étude dans la comuna I*





Pour des raisons méthodologiques, le secteur d'étude couvre partiellement deux quartiers. Il est donc difficile de fournir des statistiques précises puisque la plus grande échelle existante du recensement est celle du quartier. Cependant, à titre indicatif, le quartier de San Telmo regroupait 20 453 personnes en 2010, pour une densité totale de 16 601 habitants par kilomètre carré (INDEC, 2010). Dans Montserrat et San Telmo combinés, environ 18% de la population se trouverait en situation de pauvreté ce qui expliquerait notamment l'état de délabrement du cadre bâti et les problèmes d'insécurité dans certaines zones (CABA, 1999). La *comuna 1* est par ailleurs celle qui regroupe le plus haut pourcentage d'immigrants, puisque près du quart de ses habitants est né à l'étranger (INDEC, 2010).

L'analyse des résultats nous indique la présence de trois secteurs distincts. La partie nord-ouest autour de l'avenue Belgrano et de la rue Peru évolue en continuité du centre des affaires; la partie sud-ouest est surtout tournée vers les quartiers limitrophes, à l'ouest, et comporte des fonctions associées à la vie quotidienne; et finalement la partie sud-est, autour de la Plaza Dorrego, constitue le secteur touristique. L'analyse commerciale nous permettra de faire la démonstration de ces différentes dynamiques, alors que l'analyse qualitative des usages et ambiances nous permettra d'amener un certain nombre de nuances. Auparavant, il convient cependant d'expliquer comment s'est opéré le développement du quartier, de sa fondation aux différentes interventions des autorités pour en faire une attraction touristique incontournable.

#### 4.2 Historique du quartier : de sa fondation à sa désertion

La ville de Buenos Aires fut officiellement fondée en 1580 par Juan de Garay dans le but d'y construire un port devant desservir le continent intérieur alors en pleine croissance. Avant cette date, l'empire espagnol ne voyait pas l'importance d'y créer une ville d'envergure et préférait mettre ses énergies au développement de la partie ouest du sous-continent américain, notamment autour de Lima au Pérou. Au fil des

ans, la construction d'un port d'envergure était rendue nécessaire et la localisation géographique avantageuse de Buenos Aires, sur les rives du Rio de la Plata et sur un promontoire naturel, allait consolider son rôle de porte d'entrée (CABA, 1999).

Les premiers développements de la ville suivent le modèle édicté par la loi des Indes; c'est-à-dire le développement de quadrilatères rigoureusement carrés autour d'une place centrale. Cet espace, alors nommé Plaza Mayor, faisait face au fort qui défendait la ville du côté de la rivière, où se trouve aujourd'hui le siège du gouvernement national (CABA, 2011). La première expansion de la ville allait donc être de 16 *manzanas* (îlots) sur la rive et neuf vers l'intérieur. Elle s'étendait à l'ouest jusqu'à l'actuelle rue Independencia et faisait de l'actuelle rue Defensa le principal axe pour desservir le quartier naissant de La Boca situé plus loin au sud (Zunino Singh, 2007). Aujourd'hui encore, comme nous le verrons, la rue Defensa constitue l'axe principal des quartiers de San Telmo et de Montserrat et le cœur du secteur d'étude.



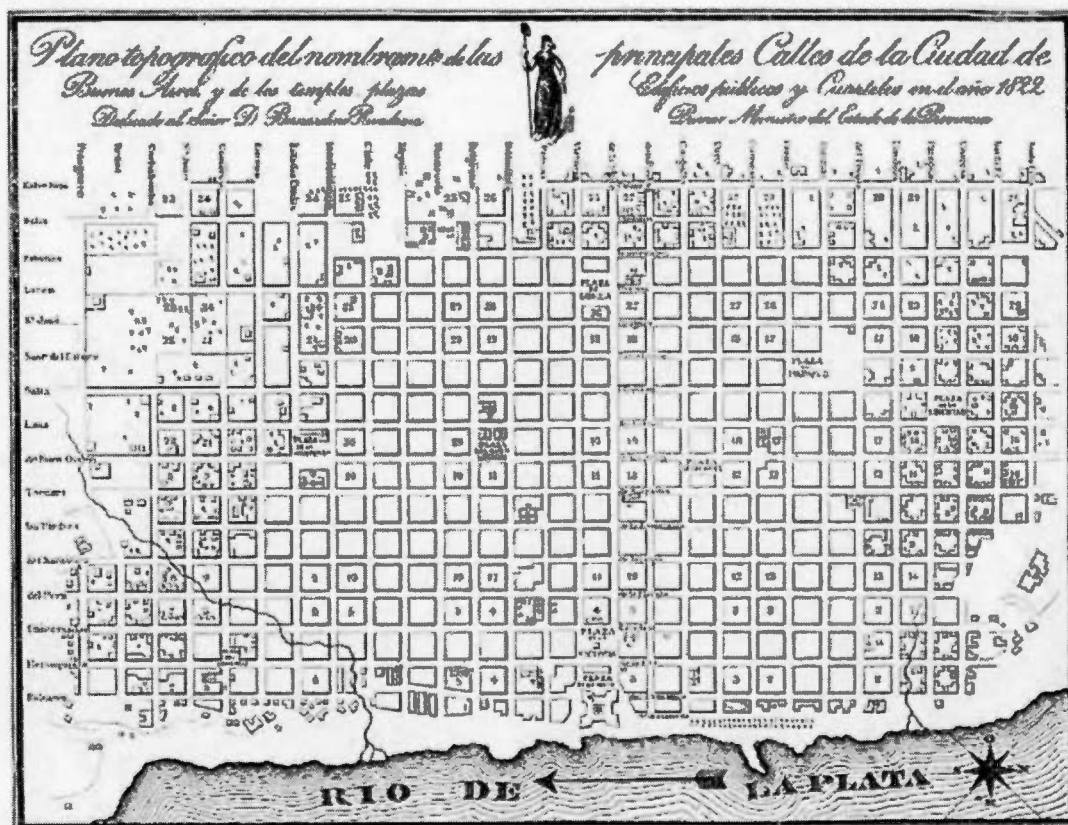


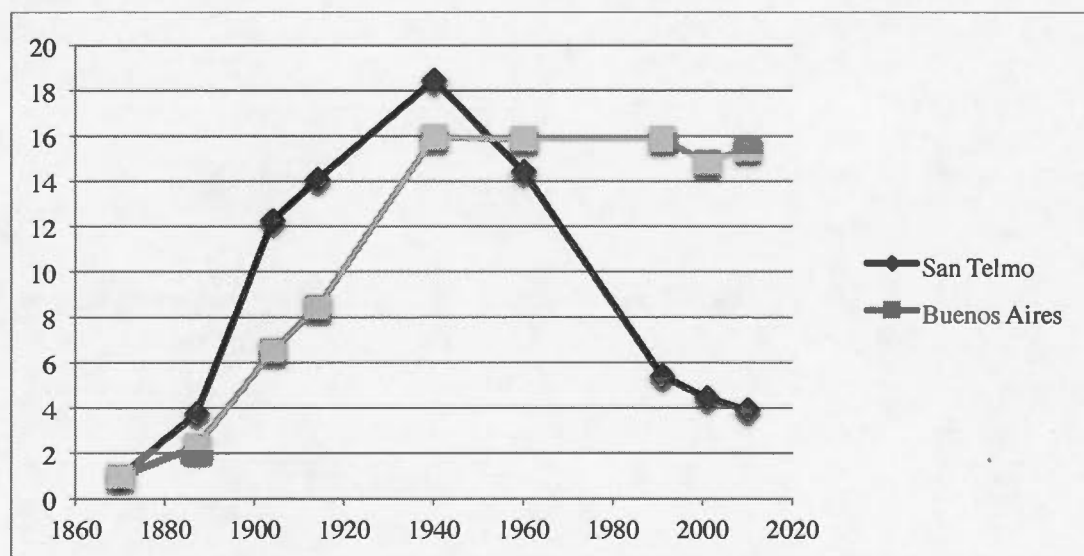
Figure 4.4 – Plan topographique de 1822 (Bertres, 1822)

Le début du 19<sup>e</sup> siècle allait mener à plusieurs affrontements politiques et militaires, tant avec l'Espagne qu'avec les autres provinces. L'Argentine déclare ainsi son indépendance en 1810, et devient officiellement autonome en 1816, mais une série de guerres internes éclatent. Buenos Aires, alors déjà le centre économique, intellectuel et commercial du pays, consolidera son pouvoir politique au cours des ans. En 1826, le président propose un ambitieux plan d'expansion de plus de 260 *manzanas* et de consolidation des 30 *manzanas* existantes autour de la Plaza de Mayo, incluant le quartier de San Telmo. Les autorités veulent alors s'éloigner du modèle espagnol et mettent en place un certain nombre de modifications dans la ville. On perce ainsi, en 1826, les avenues d'envergure que sont Corrientes, Cordoba, Santa Fe, Belgrano et

Independancia qui constituent, encore aujourd'hui, l'armature de la ville (CABA, 2011).

Le premier boom de population allait survenir en 1870 suite à une importante vague d'immigration venue d'Europe. Avant cette date, la ville ne comptait que 55 000 habitants et San Telmo n'en comptait que 5 600 (Zunino Singh, 2007). Le quartier est alors un lieu de vie mixte, accueillant tant des bourgeois que des classes populaires. Sa proximité au port, et au centre, en faisait un point central. À fin du 19<sup>e</sup> siècle et au début du 20<sup>e</sup>, de grands travaux de construction d'avenues, du métro, et d'amélioration des services publics tels que l'éclairage, l'aqueduc et les égouts changent aussi le visage de la ville.

*Figure 4.5 – Évolution de la population dans San Telmo et Buenos Aires, entre 1870 et 2010, 1870=1*



Sources : Zunino Singh, 2007; INDEC, 2010

La ville centre de Buenos Aires annexe alors, à la fin du 19<sup>e</sup> siècle, les villes limitrophes, plus au nord. Le développement de l'Avenida de Mayo, sur le modèle du Paris haussmannien, attire les plus riches par le caractère prestigieux de son cadre bâti

et sa centralité. Ainsi, le quartier de San Telmo devient progressivement un lieu d'accueil prisé des immigrants, en forte croissance et le quartier se densifie. La dynamique de San Telmo demeurera cependant toujours particulière, car le quartier évolue entre le centre des affaires au nord et le port au sud, en faisant un lieu prisé de populations diverses et accueillant des fonctions de tous types (Zunino Singh, 2007).

Par contre, la fermeture du port au cours des années 30, de même que l'exil d'une bonne partie de la population dans les quartiers plus récents, au nord, allait mener à un déclin important de la population et de la qualité du cadre physique. Alors que la population de San Telmo augmentait plus rapidement que celle de la ville jusqu'en 1910, sa croissance ralentit et la population diminue à partir de 1940, passant de 96 000 à 75 000 entre 1940 et 1960. L'état du quartier est tel que l'on envisage sa destruction au cours des années cinquante afin d'y construire un quartier moderne, de tours et de barres (Zunino Singh, 2007).

San Telmo connaîtra toutefois une nouvelle vague de paupérisation sous la dictature en raison des mesures d'éradication des quartiers spontanés et temporaires (*villas*). Les gens démunis ont donc dû se relocaliser dans les quartiers centraux, dans des pensions à prix modique ou dans des bâtiments abandonnés. De plus, les classes moyennes commencent à s'installer en périphérie de la ville centre, encouragées par la construction d'autoroutes. Le centre de Buenos Aires devient ainsi le théâtre quotidien d'une pauvreté et d'occupation illégale de bâtiments et le cadre bâti se dégrade rapidement (Zunino Singh, 2007). Malgré cette désertion de tous, les années soixante coïncident aussi au moment où la ville met en place un certain nombre de stratégies de revitalisation. Les commerces d'antiquités seront d'ailleurs les premiers à s'installer dans le quartier, et ce malgré son état lamentable.



### 4.3 Histoire récente : le patrimoine, le néolibéralisme et la crise économique

#### 4.3.1 La protection patrimoniale et la consolidation du cadre bâti

Ainsi, en 1968, on ouvre le Musée de la *ciudad* à proximité du centre-ville, dans Montserrat, puis on instaure, à partir de 1970, la *Feria de los antiguedades* de San Telmo qui se déroule tous les dimanches depuis cette date (Duran *et al.*, 2005). Ce serait d'ailleurs la mise en place de cet événement qui aurait mené à la consolidation des commerces d'antiquités dans le quartier; après s'être développés comme marchands ambulants, certains s'y sont finalement installés dans un local permanent (Zunino Singh, 2007).

En 1977, une première loi de protection patrimoniale vise à éradiquer le problème de démolition des bâtiments dans les quartiers historiques de la ville. En 1979, les autorités municipales encadrent encore davantage le quartier de San Telmo en créant une commission technique responsable des décisions d'aménagement et de réfections. Toute construction devait alors respecter le style colonial et les démolitions d'édifices existants étaient désormais strictement encadrées. Ce n'est toutefois qu'en 1989 que le *Plan de Rehabilitación para San Telmo y Monserrat* est mis en place. L'objectif officiel de ce plan était d'améliorer la qualité du cadre physique du quartier de même que celle de ses habitants. Cependant, sur les quatre objectifs proposés dans ce plan, trois sont à vocation touristique alors qu'une seule n'est destinée à l'amélioration du cadre de vie pour le résident (Toselli, 1996). Finalement, en 1992, on crée un nouveau type de district, *Área de Protección Histórica de la Ciudad de Buenos Aires*, dont fait bien sûr partie San Telmo (CABA, 1999).

De façon générale, l'intérêt pour le développement touristique à Buenos Aires émerge dans les années 1990. Dans le cas précis de San Telmo, on crée, au cours de cette

décennie, en plus du plan de 1989, le circuit Balcarce-Chile afin de créer un itinéraire alternatif à la Plaza Dorrego et ainsi d'étendre la superficie «visitable». Au cours de ces années, l'objectif est de nettoyer le quartier afin d'en enlever les dangers et imperfections apparentes et de le mettre en scène. Un régime d'embellissement et de nettoyage est alors mené (Herzer et al., 2008 : 7): «In San Telmo [...] squatters have been evicted and boarding houses turned into youth hostels.» Les acteurs publics et privés expulsent alors du quartier «todos aquellos espacios y actores que pudieran obstruir la consolidación de una imagen prestigiosa de él.» (Girola, Yacovino et Laborde, 2011) Dans le cadre du plan de 1992, le domaine public fut réaménagé, principalement dans les axes Balcarce et Chile et un plan lumière a été mis en place. L'accès au quartier a aussi été amélioré au cours des années 90 permettant de circuler de façon sécuritaire et dans un environnement agréable à partir de la Plaza de Mayo, place publique névralgique, vers San Telmo.

Bien qu'ayant débuté dans les années 80, les changements se font surtout sous le régime néolibéral de Carlos Menem, président de 1989 à 1999, qui favorisera alors l'investissement privé, ayant pour conséquence la croissance des inégalités. Malgré le changement de constitution en 1996 ayant mené à une décentralisation importante de certains pouvoirs et à une reconnaissance importante de droits aux citoyens, notamment à l'éducation et à la santé, les mesures adoptées pour San Telmo ne mènent pas nécessairement à une amélioration du cadre de vie pour tous (CABA, 1999). En effet, le développement de l'industrie touristique prime alors sur les intérêts des résidents et ceux-ci auront tôt fait de s'y opposer.

#### 4.3.2 De porte d'entrée à destination touristique

Bien que le tourisme se développe rapidement et de manière précoce en Argentine, notamment par le développement du réseau ferroviaire au cours des 19<sup>e</sup> et 20<sup>e</sup> siècles, Buenos Aires ne constituait pas un pôle touristique d'importance, sinon celui de porte d'entrée du pays (Bernard, Bouvet et Desse, 2014). Dans le plan de développement

touristique national de 1984, on présentait d'ailleurs Buenos Aires comme le passage obligé de tous visiteurs en Argentine; pourtant : «dos décadas mas tarde, la ciudad se haya convertido en una de los destinos turísticos mas importantes de América Latina» (Bertoncello et Troncoso, 2014 : 10). Cette importante offre touristique se base aujourd'hui sur différentes composantes s'étant consolidées depuis: le tango, la sensualité, la tradition *gaucho*, la littérature et les lieux connus associés à ses auteurs, et plus récemment, la ville internationale et branchée sur le monde (Gomez Schetinni et Gonzalez Bracco, 2011).

Au cours de la décennie 2000, le tourisme devient une priorité pour la ville et il constitue un outil de légitimation des pouvoirs publics pour revitaliser les secteurs sud, les plus touchés par la désaffectation des fonctions de production traditionnelles depuis les années quatre-vingt, et surtout après le crise de 2001<sup>9</sup>. Au cours de cette période, en plus d'assumer son rôle de porte d'entrée du pays, Buenos Aires consolidera son statut de destination (Gomez Schetinni et Gonzalez Bracco, 2011 : 1031).

Pour ce faire, la ville adopte son Plan de développement culturel qui mise sur le créneau patrimonial. Dans cette perspective, le patrimoine culturel, tangible et intangible, apparaît comme une stratégie pour se démarquer des concurrents internationaux (Gomez Schetinni et Gonzalez Bracco, 2011 : 1033). On mise alors sur le caractère unique du cadre bâti et la culture «porteña»; en d'autres mots son identité européenne unique en Amérique latine.

Les investissements publics dans la partie sud de la ville sont alors multipliés afin d'y consolider le cadre bâti. Les interventions ne s'y font cependant aléatoirement puisque le tourisme guide l'ensemble des opérations : «Tourism, linked to patrimonial revaluation, guides the south area renewal actions» (Herzer et al., 2008 :

---

<sup>9</sup> En 2001, l'Argentine fait faillite, s'en suivra alors une série de mesures draconiennes et le pays connaîtra l'une des plus importante crise économique de son histoire (Cortés Conde, 2003)



11) Il faut dire qu'au cours de la décennie 2000, le nombre d'arrivées de touristes et de visiteurs augmente de façon importante, justifiant ces investissements aux yeux des autorités. Les pouvoirs publics avaient compris le potentiel de croissance du secteur touristique qui offrait une opportunité de reprise économique rapide et peu coûteuse à mettre en place suite à la crise de 2001. Ainsi, combiné au secteur de la construction, le tourisme allait devenir un moteur de la reprise et connaître une croissance fulgurante à partir de 2003, comme nous le verrons dans la prochaine partie (Zunino Singh, 2007).

Si l'élargissement de l'offre touristique, notamment culturelle, et la multiplication des campagnes de promotion ont joué un rôle important, la dévaluation du *peso* argentin, menant à une baisse importante de coûts pour les étrangers, est surtout en cause. Buenos Aires était passée de l'une des destinations urbaines les plus chères au monde à l'une des plus abordables en quelques mois (Zunino Singh, 2007).

#### 4.3.3 La période post-crise et le *boom* touristique

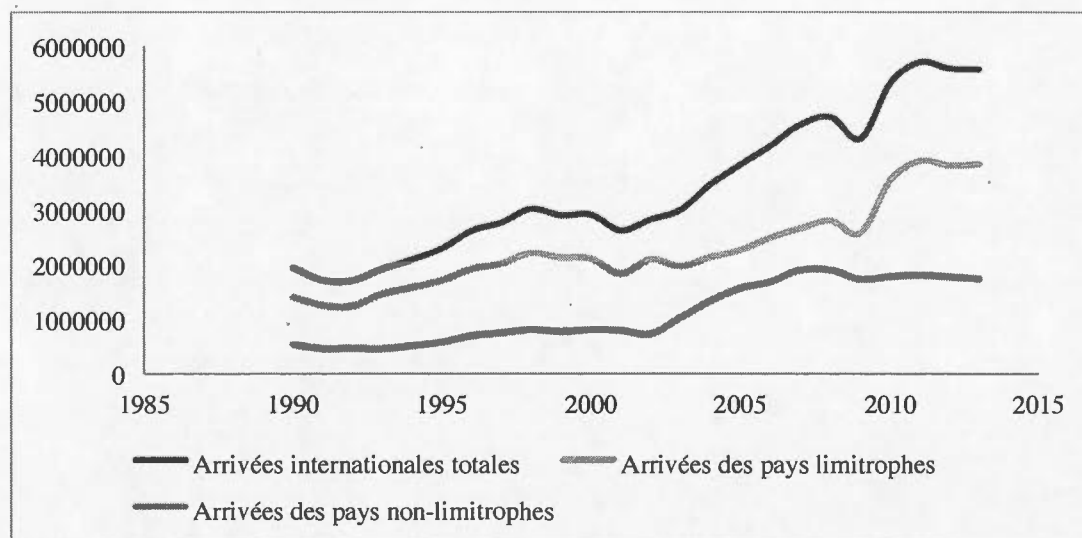
Les médias internationaux ont par ailleurs commencé à s'intéresser à l'Argentine à partir du début du millénaire. Les hausses ne sont toutefois pas uniquement attribuables à l'arrivée de touristes étrangers, puisque même les Argentins se rendent davantage à Buenos Aires, et les dépenses moyennes de tous ces visiteurs augmentent aussi. L'ensemble des recettes croissent ainsi de façon exponentielle et se reflètent dans le paysage urbain qui s'adapte à la demande. San Telmo devient ainsi le théâtre de changements importants, et certains parlent même de la *palermizacion*<sup>10</sup> du quartier (Girola, Yacovino et Laborde, 2011). Les commerces indépendants, de designers locaux, de nourriture santé et les bars attirants les classes plus nanties s'installent alors partout dans le quartier. L'ouverture de ces établissements diminue

---

<sup>10</sup> *Palermizacion*, en référence au quartier de Palermo reconnu en Argentine, voire en Amérique du Sud, pour ses boutiques tendances de designers indépendants, ses restaurants uniques et ses nombreux bars

ainsi peu à peu l'importance des deux circuits principaux, Plaza Dorrego-Defensa et Balcarce-Chile, dans le paysage touristique du quartier.

Figure 4.6 – Évolution du nombre d'entrées de non-résidents en Argentine, entre 1990 et 2013



Source : Ministerio de turismo de la Nación, 2013

Pour cristalliser son image de métropole culturelle, la *Ciudad Autónoma de Buenos Aires* (CABA) fait reconnaître en 2009 le tango comme patrimoine immatériel de l'humanité dans l'optique de créer et de développer le «produit Buenos Aires» et de se démarquer sur la scène internationale (Kanai, 2014). Il est toutefois important de souligner que, non seulement le tango a-t-il aidé au développement du tourisme, mais c'est surtout le tourisme qui a donné un coup de pouce à cette industrie qui croît sans cesse depuis le début des années 2000: «en el último período ha venido siendo una inédita explosión turística internacional hacia Buenos Aires la que ha generado el mayor impulso de inversión y producción de espectáculos, discos, regalos, libros y actividades vinculadas con el tango» (OIC, 2007 : 28). Le tango, danse presque morte dans les années 80, redevient alors une activité populaire et reconnue

internationalement. Le nombre de spectacles de tango dit «touristique»<sup>11</sup> aurait alors décuplé entre 2002 et 2006 (Gomez Schetinni et Gonzalez Bracco, 2011), et la plupart des lieux de promotion et de vente de la «marque tango» sont fortement concentrés dans les quartiers historiques et touristiques, principalement San Telmo et La Boca.

Dans la même optique, la ville de Buenos Aires a créé un programme visant à protéger les cafés historiques de la ville. Ils ont également présenté une demande d'inscription au patrimoine mondial de l'UNESCO en tentant notamment de faire reconnaître le café porteño comme un lieu de socialisation unique et une coutume typique du peuple argentin<sup>12</sup>. La majorité de ces cafés sont par ailleurs également situés dans les quartiers historiques; San Telmo en compte huit, sur un total de soixante-quinze établissements reconnus aux quatre coins de la ville (CABA, 2015).

Profitant de ces différentes stratégies, le quartier de San Telmo consolide ainsi son offre touristique. En plus du tango et des *cafés notables*, l'offre commerciale se démarque particulièrement par la vente d'antiquités. De nombreuses boutiques spécialisées ont pignon sur rue et beaucoup de visiteurs s'y rendent spécifiquement pour cette raison. De plus, entre 1994 et 2003, le nombre d'hôtels dans le quartier augmente de 44% et le nombre de commerces de 35% (Zunino Singh, 2007). Cette hausse des commerces est cependant fortement associée à l'augmentation du nombre d'antiquaires qui passe de 81 à 211 entre ces mêmes dates.

La *feria* de San Telmo, originalement réservées à ce type de biens a permis de développer cette particularité, mais elle a cependant beaucoup évolué à travers les

---

<sup>11</sup> Selon l'Observatoire des industries culturelles de Buenos Aires, la mise en tourisme aurait eu quatre grandes répercussions : 1) une différence notable entre le marché professionnel et amateurs, se reflétant dans le coût des spectacles qui peut atteindre 50\$US contre 5\$US pour les spectacles locaux ; 2) apparition d'investisseurs n'ayant aucune connaissance du tango; 3) changement dans les façons de faire les chorégraphies pour les rendre plus spectaculaires, impliquant souvent plusieurs personnes sur scène, ce qui diffère du tango traditionnel; 4) aucune vision commune de l'industrie n'a émergé au cours des dernières années (OIC, 2007)

<sup>12</sup> Le comité de l'UNESCO a finalement rejeté la demande en novembre 2014



années pour prendre une tournure beaucoup plus touristique. D'ailleurs, lors de la crise de 2001, pour contester le caractère touristique de cette fête, des gens se sont mis à vendre des vêtements usagers et des objets du quotidien pour, en quelque sorte, reprendre leurs droits. De plus, depuis quelques années le nombre de commerçants à la *feria* du dimanche est si important qu'elle s'étale désormais dans les rues perpendiculaires à Defensa, s'étendant parfois sur plus de cent mètres. Les usagers traditionnels, résidents de longue date et commerçants ayant pignon sur rue, critiquent d'ailleurs la venue de cette fête puisqu'elle brime leur droit de circuler dans le quartier, en plus de nuire à leurs affaires. Quant aux artisans de la *feria*, ils revendiquent leur droit de prendre part aux revenus du tourisme dans la ville (Girola, Yacovino et Laborde, 2011). Ce marché, pourtant à l'origine de la revitalisation du quartier, est ainsi devenu une source de conflits. En réponse aux problèmes de cohabitation, la ville de Buenos Aires promet, dans un plan adopté en 2014, de régulariser les commerçants et de limiter la présence de marchands à la rue Defensa, Irigoyen et Mexico dans l'optique de réduire à 600 le nombre de vendeurs. Or chaque dimanche, la *feria* accueillerait, encore aujourd'hui, plus de 1000 marchands, notamment de vendeurs de nourriture, de disques compacts, ou de matériel électronique, marchandises pourtant prohibées (CABA, 2014).

Lorsque les résidents ont été interrogés sur leur perception des changements dans le quartier, près de 40% disaient considérer San Telmo, en 2006, comme un quartier touristique (Zunino Singh, 2007). Tous s'entendaient toutefois pour dire que le quartier avait connu une augmentation commerciale et une affluence importante. Une bonne partie de ceux-ci déploraient notamment l'omniprésence d'antiquaires qui aurait chassé les commerces plus appropriés à la vie quotidienne. Beaucoup d'hôtels-pensions qui, à Buenos Aires, jouent un rôle important pour les habitants à faibles revenus, ont aussi été convertis en auberge de jeunesse, les rendant beaucoup plus lucratifs (Zunino Singh, 2007). Les évictions de bâtiments ont aussi augmenté, la plus célèbre étant *l'ex Patronado de la Infancia* dont les autorités ont évincé en 2003 les

quelques cent familles y résidant depuis les années quatre-vingt (Zunino Singh, 2007); laissant vacant l'édifice depuis. Certains croient que la proximité avec les circuits touristiques, notamment de la Plaza Dorrego située à une centaine de mètres, aurait poussé les autorités à agir ainsi. Cette décision aurait également eu pour effet de faire augmenter la valeur de certaines propriétés et l'intérêt de certains acheteurs.

Les protestations se font d'ailleurs plus vives depuis quelques années et en 2008, un projet de piétonnisation et de requalification du domaine public fut vertement critiqué. On proposait alors de piétonniser les rues Balcarce et Defensa, en plus de modifier les lampadaires traditionnels et changer quelques paramètres de voirie. Les résidents accusèrent alors les autorités de vouloir modifier l'identité du quartier au profit de quelques visiteurs occasionnels, et surtout au détriment de ses résidents (Girola, Yacovino et Laborde, 2011). Finalement, les lampadaires seront changés en 2015, mais respecteront le design traditionnel et aucune piétonnisation permanente n'est prévue. En 2014, le *Plan de recalificación integral de San Telmo*, prévoit cependant la réfection du domaine public sur les rues Bolivar, Peru, Defensa et l'ensemble des rues parallèles, afin d'uniformiser le tout. Le réaménagement de la Plaza Dorrego est aussi prévu (CABA, 2014).

Bertoncello et Troncoso (2014 : 13) résument bien les changements récents survenus dans le développement du tourisme et son impact sur les quartiers au cours des dernières années : «La ciudad turística de Buenos Aires es el resultado de un complejo proceso de *estatización y erotización* en el que se combinan transformaciones materiales y discursivas». Ces changements de discours ont guidé en quelque sorte les actions et les mesures d'amélioration dans les quartiers. Dans San Telmo, le nombre de commerces aurait augmenté de façon importante, tout comme les lieux d'hébergement. L'offre commerciale se serait diversifiée, mais une augmentation importante du nombre d'antiquaires serait survenue en parallèle (Zunino Singh, 2007). Les différentes mesures prises pour développer le tourisme

auraient eu notamment pour effet d'accueillir un tourisme plus jeune et de développer le segment du tourisme gai. Aussi, de manière générale, l'achalandage touristique de plus en plus important à Buenos Aires aurait exacerbé les problèmes de cohabitation. Une forme de changement dans le type de tourisme laisse poindre une meilleure cohabitation, et notamment une impossibilité de circonscrire les visiteurs en des zones esthétisées et mises en scène. En effet, la présence des visiteurs hors de ces zones est observable en plus grand nombre. L'analyse par les quatre opérateurs de la qualité urbaine – diversités formelle, fonctionnelle, des usages, des ambiances et des temporalités – nous permettra d'ailleurs de voir comment chacune de ces phases de mise en tourisme se répercute dans l'espace et comment les changements récents ont favorisé une dispersion de l'offre et par conséquent des nuisances.

#### 4.4 Portrait du quartier

Cette partie vise à documenter le quartier tel qu'il est actuellement, en fonction des relevés terrain menés entre janvier et avril 2015. Nous verrons ainsi dans un premier temps la dimension physico-spatiale de la ville, par l'analyse de la diversité formelle et fonctionnelle. Nous analyserons ensuite les différents usages et ambiances dans le quartier, qui ont été regroupés pour faciliter la compréhension, puis aborderons la question des temporalités journalières, hebdomadaires et saisonnières. Pour chacune de ces sections, nous tenterons de comprendre comment interviennent les différents paramètres à l'étude.

##### 4.4.1 Diversité formelle

Tout comme pour le Vieux-Montréal, une caractérisation des façades a été menée en fonction d'une typologie élaborée par Dovey et Pafka (2014). Trois catégories seront ainsi présentées et nous permettent de mesurer cette dimension de la qualité urbaine : retrait/alignement; perméabilité/imperméabilité; et transparence/opacité. À titre indicatif, la figure 4.7 montre l'ensemble des façades qui ont été étudiées et



catégorisées. À noter que la trame urbaine de Buenos Aires fait en sorte qu'il n'y a pas de ruelle et que les seules façades étudiées, et visibles, sont celles donnant sur la rue.

#### *4.4.1.1 Retrait et alignement*

La figure 4.8 nous montre les différents édifices en retrait situés sur le territoire d'étude. La plupart des édifices ont été construits à alignement zéro, c'est-à-dire sans retrait de la voie publique. En résulte ainsi une difficulté certaine de circuler, pour les piétons, en raison de l'étroitesse des trottoirs dans la plupart des secteurs. Les axes nord-sud sont particulièrement touchés et il est donc difficile de s'arrêter sans nuire à la circulation. Bien qu'un certain nombre de bâtiments situés un peu partout sur le territoire soit effectivement disposé en retrait, le caractère peu invitant de l'espace dégagé, la faible longueur de la façade et la fonction du bâtiment ne favorisent pas réellement son appropriation et peu d'activités s'y déroulent (Fig. 4.9).



*Figure 4.9 – Façade en retrait rue Defensa*

En revanche, deux zones du quartier ont été construites de manières différentes et laissent ainsi place à davantage d'activités : sur la rue Peru en plusieurs endroits (Fig.

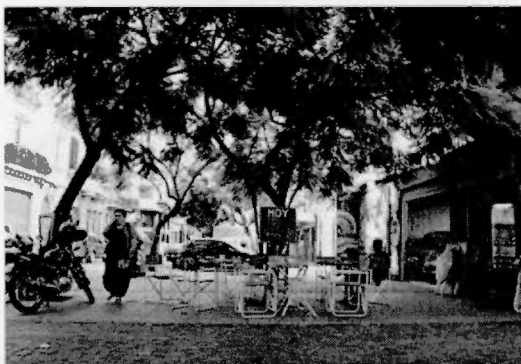
4.10 et 4.11) et sur la rue Defensa à un endroit précis (4.12). L'alignement des bâtiments est éloigné de la chaussée et, par conséquent, dégage un espace approprié pour différents usages. D'une superficie relativement importante, ces retraits permettent notamment l'installation de mobilier urbain, de terrasses ou simplement de détente. De la même façon, les coins de rues sont aussi construits en retrait, leur utilisation dépend toutefois de la zone dans laquelle ils sont situés; au nord peu de terrasses ou usage public sont visibles, alors que dans la zone sud, l'espace dégagé est souvent utilisé pour l'installation de terrasses (4.13).





Figures 4.7 et 4.8 - Toutes les façades et bâtiments avec une façade en retrait





*Figures 4.10 et 4.11 – Retrait des bâtiments permettant une appropriation ou occupation du domaine public, rue Peru*



*Figures 4.12 et 4.13 - Dégagement, rue Defensa et terrasse au coin des rues Peru et Humberto I*

Ce premier paramètre nous informe d'une chose. D'abord la partie sud du quartier permet une plus grande appropriation et les gens y sont beaucoup plus nombreux à circuler. C'est donc dans cette zone que l'on retrouve une majorité de commerces avec terrasses sur rue, et où les gens s'approprient réellement leur espace. Dans la zone nord, principalement sur la rue Peru, les importants retraits sont laissés vacants, malgré la possibilité d'y effectuer ou d'y mettre en place des activités.

#### 4.4.1.2 Perméabilité et transparence/opacité

La plupart des espaces étudiés présentent un haut niveau de perméabilité. La densité du bâti fait en sorte que les accès à la rue sont nombreux et ce peu importe la fonction des bâtiments. En effet, pour cette variable, l'ensemble des fonctions urbaines a été comptabilisé et est représenté puisque n'importe quel accès à un bâtiment, même résidentiel, génère des allées et venues qui animent le quartier. On observe ainsi sur les figures 4.14 et 4.15 la répartition relativement égale des façades perméables sur le territoire. Évidemment, la forme et la modalité de cette perméabilité diffèrent en fonction de la fonction (résidentielle, commerciale, etc.), ce qui aura aussi un impact sur la transparence. Les entrées de bâtiments résidentiels, par exemple, offrent une densité d'accès importante (Fig. 4.16), mais sont souvent très opaques alors que les commerces sont accessibles la plupart du temps par une porte dans une façade transparente (Fig. 4.17). Le gabarit du bâtiment joue aussi un rôle important (4.18), surtout pour les édifices résidentiels, puisqu'il détermine la répartition et la fréquence des accès. Dans tous les cas, le paramètre de la perméabilité ne présente pas de problème réel de qualité dans San Telmo puisque la densité du bâti et le faible gabarit des bâtiments sont généralisés.





Figures 4.14 et 4.15 - Façades imperméables et perméables de San Telmo





*Figures 4.16, 4.17 et 4.18 – Portes résidentielles, bâtiment résidentiel et façades commerciales*

En revanche, la transparence des édifices varie de façon beaucoup plus importante en fonction des différentes zones à l'étude. En fait, les secteurs avec une densité commerciale plus forte permettent une plus grande transparence des façades et ainsi un sentiment de sécurité accru. Dans cette étude, les résidences et les édifices de bureaux ont été exclus, car bien que fenêtrées, les ouvertures sont souvent masquées, privant le domaine public de ses yeux sur la rue, principe de base de l'analyse de la transparence (Fig. 4.19 et 4.20). On observe ainsi, sur la figure 4.21, une transparence accrue dans la partie sud de la rue Defensa; de même que sur la rue Chile. Les autres rues, principalement Peru et Bolivar, abritent des façades transparentes par endroit; dans le premier cas surtout concentrées dans les zones nord et sud, et dans le second cas, étalées un peu partout, bien que la majorité soit opaque.



*Figures 4.19 et 4.20 – Immeuble résidentiel et immeuble à bureaux, fermés sur la rue*

En réalité, même pour les façades commerciales cette transparence est bien relative, notamment dans le temps. En effet, lorsque les commerces sont fermés, l'ouverture de ces façades à la rue est inexistante. L'installation de rideau de fer empêchant aux passants de voir à l'intérieur rend ainsi insécurisants certains tronçons à partir de certaines heures de la journée (Fig. 4.23). Par conséquent, les zones où le taux de vacance est important sont constamment fermées sur elles-mêmes; comme c'est particulièrement le cas sur la rue Bolivar (Fig. 4.24). On tente alors de décorer ces espaces, mais la rue devient une forme de corridor dont la seule issue est la prochaine intersection.



*Figures 4.23 et 4.24 – Façades de commerces fermés sur la rue Peru, au nord, et terrain vacant sur la rue Bolivar*





Figures 4.21 et 4.22 - Façades transparentes et opaques de San Telmo



Ainsi, les façades des rues Bolivar, Balcarce, dont le tissu commercial est faible, et Peru sur certains tronçons, sont particulièrement opaques. Certaines zones des rues perpendiculaires sont aussi plus problématiques, mais de façon générale elles sont en meilleur état et suscitent un sentiment plus grand de sécurité malgré cette opacité. De plus, la partie au nord de Independencia, celle du quartier Montserrat, est beaucoup moins animée et ouverte sur le domaine public que la partie sud. Cette analyse de transparence nous donne ainsi un avant-goût des secteurs où la vie urbaine est plus propice, voire développée. À l'instar de l'analyse des retraits, on constate une meilleure qualité urbaine dans la partie sud, principalement sur les rues Peru et Defensa. La rue Bolivar et certaines rues parallèles sont en revanche problématiques.

#### 4.4.1.1 Formes urbaines et activités touristiques

Dans le cadre de cette recherche, il nous apparaît pertinent d'associer les fonctions dites touristiques à l'étude des façades pour comprendre son rôle dans ce paramètre de la qualité urbaine. Puisque cette zone sud, qui comporte une meilleure diversité formelle, est historiquement celle où se sont concentrés les développements touristiques, on entrevoit ainsi un premier lien entre qualité urbaine et tourisme qu'il convient de vérifier.

Ainsi, la figure 4.25 nous montre la répartition géographique des commerces les plus susceptibles d'accueillir des touristes : les boutiques souvenir, les musées et institutions et les hôtels. Bien qu'un portrait plus complet de cette répartition fonctionnelle soit dressé dans la prochaine partie, cette figure nous informe cependant de certains éléments. D'une part, les grandes infrastructures touristiques, comme les musées par exemple, ou encore les salles de spectacle, voire les églises, peinent à générer de la qualité urbaine. Le programme architectural dicté par leurs fonctions en fait souvent des lieux de grande superficie et fermé sur le domaine public, tant en matière de transparence que de perméabilité (Fig. 4.26 et 4.27).

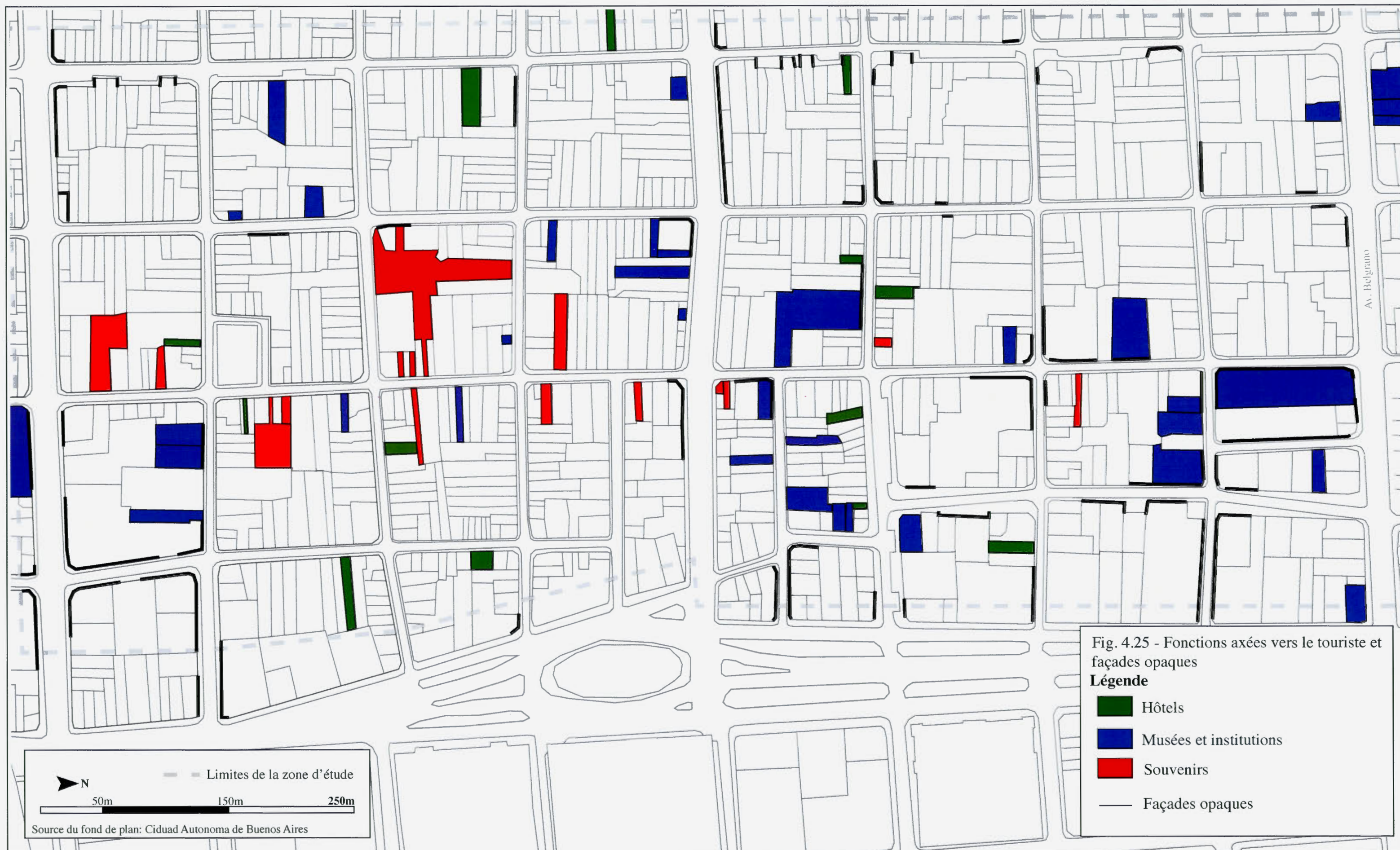


*Figures 4.26 et 4.27 – Église de San Francisco vue de l'ouest et Musée d'art contemporain vue du nord*

En revanche, la disposition des commerces associés au tourisme nous indique un premier axe dit touristique, celui de la rue Defensa. On observe également une concentration particulièrement forte dans le secteur sud, aux abords de la Plaza Dorrego. Or cet axe, tel que mentionné, présente des qualités beaucoup plus grandes et le sentiment suscité est plus positif que dans d'autres secteurs.

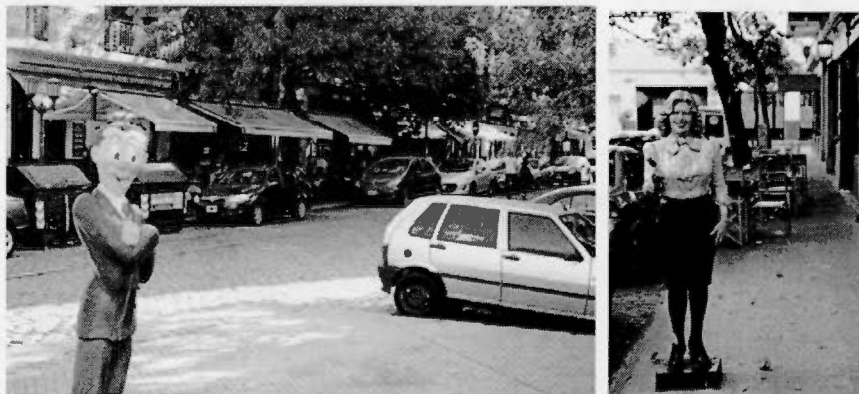
Cette zone a d'ailleurs été particulièrement visée par les stratégies de développement touristique de l'administration municipale depuis les années 80. Le domaine public y est d'une qualité beaucoup plus élevée que celui d'autres secteurs et le taux de vacance y est beaucoup plus faible. De plus, il apparaît beaucoup plus fréquenté par les différents usagers; les terrasses y sont plus nombreuses et les commerçants y sont plus enclins à disposer du matériel promotionnel dans la rue.







Comme l'indique la figure 4.28, la voirie a été complètement refaite au cours des années 90 dans l'axe de la rue Defensa de même que l'ensemble des rues perpendiculaires. On a aussi développé le *Paseo de la historieta*, ou parcours de la petite histoire, qui met en vedette des personnages de la série Mafalda, écrite et dessinée dans le quartier (Fig. 4.29). On a également disposé des personnages de tango pour souligner l'importance de cette danse dans l'identité des lieux, et les trottoirs ont été refaits (4.30). On avait donc déjà à l'époque une volonté de prioriser deux zones, le parcours Balcarce-Chile, et les abords de la Plaza Dorrego. Ainsi, *a priori*, la présence et le développement accru du tourisme dans cette zone semblent avoir eu un impact positif sur la qualité urbaine, principalement en matière d'animation du domaine public et de transparence, en faisant notamment diminuer le taux de vacance.



Figures 4.29 et 4.30 – Parcours thématiques dans l'axe Balcarce-Chile, personnage de Mafalda rue Chile et personnage de tango rue Balcarce







L'offre touristique de San Telmo doit aussi être analysée en fonction de sa célèbre *feria* qui a une incidence importante sur la diversité formelle du quartier. Tous les dimanches, plus de 600 commerçants officiels et plus de 400 sans permis s'installent dans l'axe de la rue Defensa et certaines rues perpendiculaires (CABA, 2014). Ce marché à ciel ouvert a pour effet d'attirer des milliers de personnes chaque dimanche entre dix et vingt heures, mais également de dynamiser certains tronçons qui seraient autrement moins achalandés. En comblant les vides laissés vacants par la fermeture de certains bâtiments, l'effet principal de la *feria* est de créer une seconde façade (Fig. 4.31 et 4.32).



Figures 4.31 et 4.32 – Étalage commercial sur la rue Defensa et groupe de musique lors de la *feria* du dimanche

Ainsi, l'analyse formelle nous a permis de localiser une qualité du cadre bâti plus grande dans la partie sud du secteur, principalement dans l'axe des rues Defensa et Peru. Si la dimension de la perméabilité ne pose pas problème en raison de la densité importante des activités, la variable de la transparence change quant à elle beaucoup selon les zones. Le secteur Defensa-Plaza Dorrego et le secteur de la rue Chile présentent ainsi des qualités formelles plus grandes que le reste du secteur d'étude, notamment en raison de l'achalandage commercial plus important et des terrasses sur le domaine public. Le degré de transparence y est aussi plus élevé, tout comme le niveau d'achalandage sur la voie publique. Le cadre bâti et le domaine public y sont

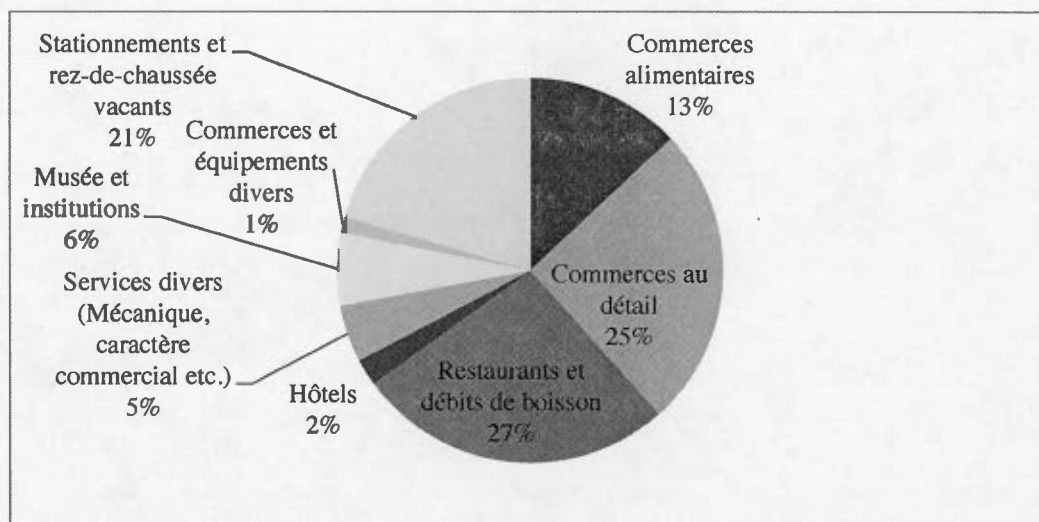


ainsi beaucoup plus confortables, animés et sécurisants. *A priori*, le tourisme aurait donc joué un rôle important puisque les façades de qualité se concentrent où l'intensité de l'activité touristique y est la plus forte; sans compter le rôle de la *feria* qui améliore considérablement la qualité du quartier l'instant d'une journée. Bien que la qualité urbaine en matière formelle soit plus faible sur la rue Bolivar, une première analyse nous mène à croire que le développement du tourisme aurait percolé jusqu'à cet axe et que les quelques éléments positifs dans cette zone y sont associés. Cette hypothèse sera validée dans la prochaine partie.

#### 4.4.2 Diversité fonctionnelle

De façon générale, la densité commerciale de la zone d'étude est extrêmement élevée. L'activité au rez-de-chaussée est forte, tout comme l'animation qui en résulte. Elle pourrait toutefois être beaucoup plus importante, car le taux de vacance des locaux commerciaux y est actuellement important (Figure 4.33), de près de 15%, et les stationnements occupent quant à eux près de 5% des espaces. Le secteur commercial le plus représenté est constitué des restaurants, bars, boîtes de nuit et cafés, représentant 27% des rez-de-chaussée recensés. Les commerces au détail, de différents types, représentent aussi une part importante de l'ordre de 25%, tout comme le commerce alimentaire, représentant 13% des établissements.

*Figure 4.33 – Répartition des grandes catégories de commerces dans le secteur d'étude, selon le type, en 2015*



Le tableau 4.2 reprend chacune des catégories de façon désagrégée afin de permettre une analyse plus approfondie. Il convient toutefois d'analyser la répartition spatiale de ces commerces pour comprendre les dynamiques internes au quartier.

Tableau 4.1 – Détails et proportions des sous-catégories de commerces, en 2015

Catégories et sous-catégories	Nombre	Pourcentage du total
Commerces alimentaires	87	13,0%
Alimentation générale	49	7,3%
Alimentation spécialisée	38	5,7%
Commerces au détail	170	25,4%
Équipement personnel	69	10,3%
Équipement de la maison	43	6,4%
Équipement santé, beauté, hygiène	26	3,9%
Équipement culture et loisir	32	4,8%
Restaurants et débits de boisson	178	26,6%
Cafés	21	3,1%
Bars	40	6,0%
Boîtes de nuit	5	0,7%
Restaurants traditionnels	94	14,1%
Restaurants rapides	18	2,7%
Hôtels	15	2,2%
Hôtels sans restaurant	4	0,6%
Hôtel avec restaurant	11	1,6%
Services divers (Mécanique, caractère commercial, etc.)	32	4,8%
Service à caractère commercial	29	4,3%
Auto/moto vente et entretien	3	0,4%
Musée et institutions	41	6,1%
Équipements divers	37	5,5%
Musées	4	0,6%
Commerces et équipements divers	9	1,3%
Autres commerces divers	9	1,3%
Stationnements et rez-de-chaussée vacants	137	20,5%
Vacants	103	15,4%
Stationnements	34	5,1%
	669	100%

La figure 4.34 montre les grandes catégories de commerce en fonction de leur localisation sur le territoire. On dénote un premier axe nord-sud autour de la rue

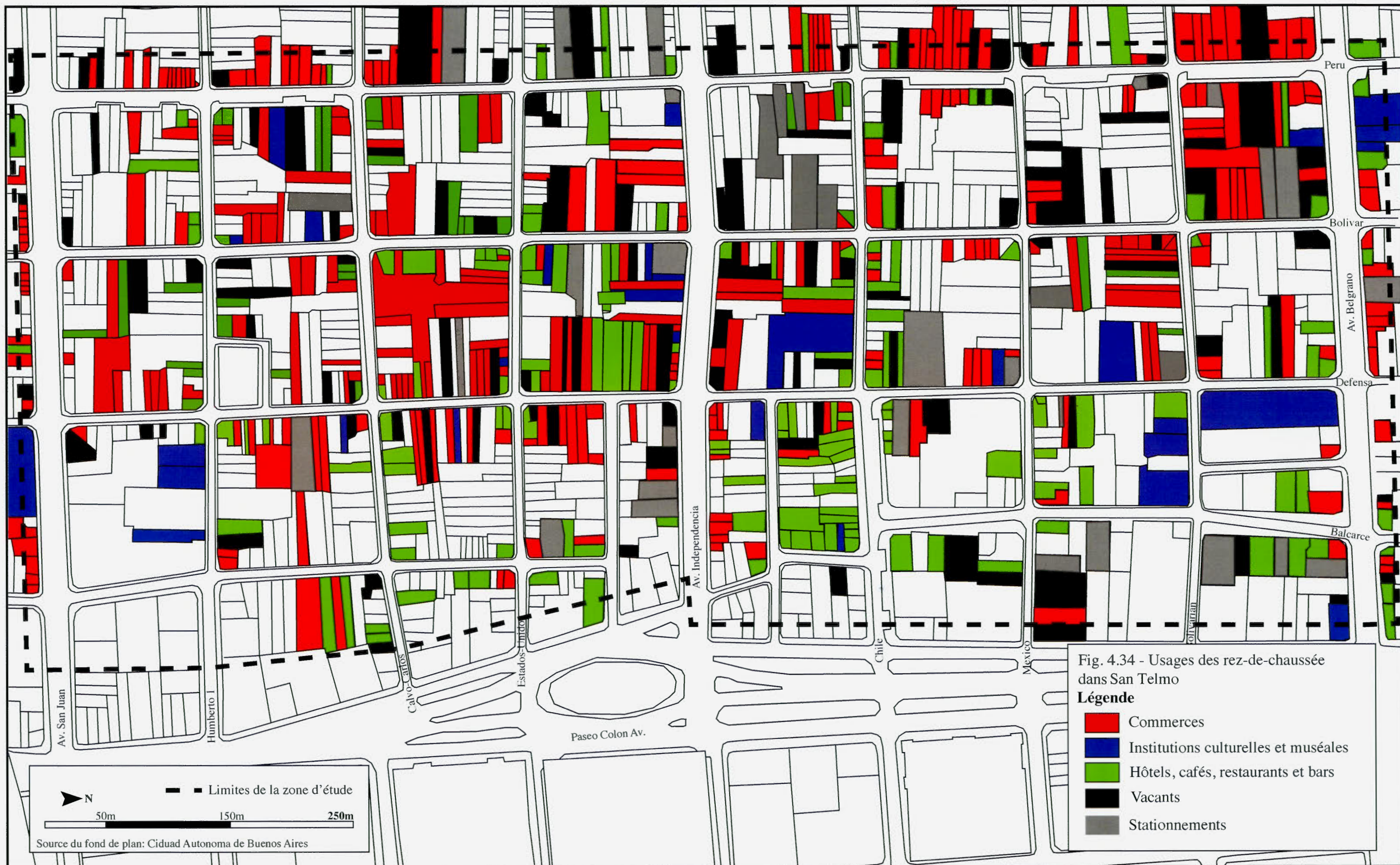


Defensa, également identifié à la section précédente, formé principalement des institutions muséales et culturelles. La figure 4.35 nous permet quant à elle de voir les types de commerces et nous informe des différentes polarités au sein du quartier. D'emblée, on observe trois différentes zones. Le premier au nord-ouest, qui s'inscrit en continuité avec le centre des affaires; le second au sud-ouest qui constitue surtout un lieu de vie utilisé par les locaux; puis le secteur touristique. Nous aborderons chacun de ces secteurs de manières distinctes pour comprendre leurs dynamiques propres et verrons comment ils se consolident à mesure que l'analyse se raffine.

#### 4.4.2.1 Secteur d'affaires

L'observation principale nous permettant d'identifier la présence d'un secteur d'affaires, ou à tout le moins d'une zone en continuité avec les activités de centre-ville est la localisation des établissements de services à caractère commercial. Dans la partie nord-ouest du site, sur la rue Peru et l'Avenida Belgrano, cette catégorie y est particulièrement présente. Ces services sont très variés, mais ont en commun d'être orientés vers les entreprises, ou constituent eux-mêmes des entreprises spécialisées; notamment dans la vente de pièces d'équipement de machinerie, d'impressions grands formats ou autres services similaires peu utilisés par les particuliers. Ce secteur est situé près du centre des affaires, au nord de Belgrano, et cette proximité explique par conséquent la présence de ces commerces. D'autres éléments confirment également cette tendance. La figure 4.32 par exemple montre les établissements de restauration rapide qui sont beaucoup plus présents dans cette zone que dans le reste du secteur d'étude. On peut penser que la demande des travailleurs explique cette localisation. On observe également, à la figure 4.33, une plus forte présence de commerces ou établissements de propriété internationale ou nationale. Cette concentration s'explique notamment par la présence de succursales de commerces spécialisés, qui font principalement office de points de vente et de distribution.





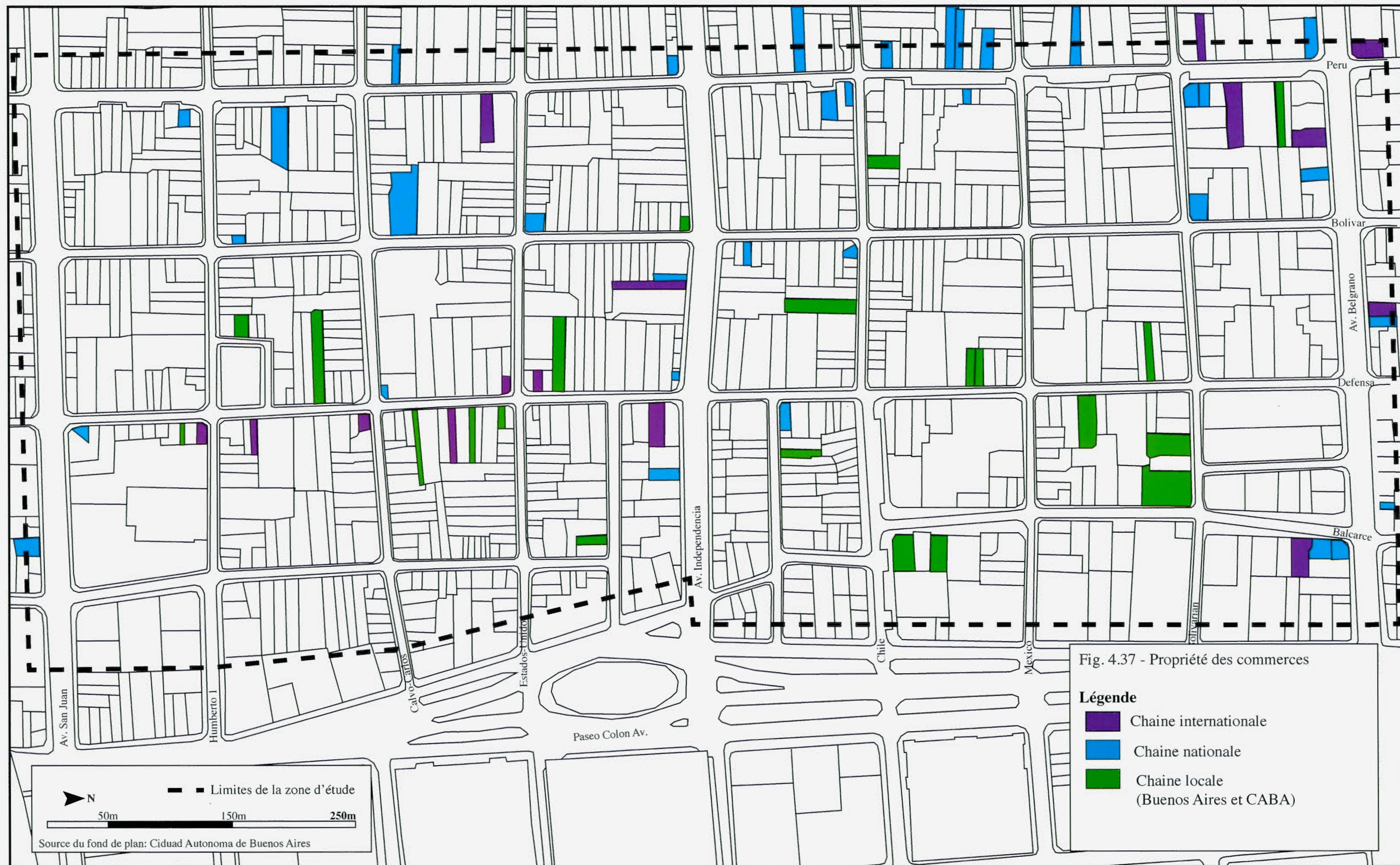














Autrement, cette zone est assez déserte. Il est d'ailleurs assez pauvrement desservi en matière de restaurants et de commerces au détail. Il est cependant plus fortement pourvu en stationnements, tant à ciel ouvert qu'intérieurs, de même qu'en locaux vacants. Ce secteur s'inscrit donc davantage en continuité avec le centre des affaires qui évolue presque indépendamment de la partie sud de San Telmo.

#### 4.4.2.2 Zone locale

La partie sud-ouest, principalement autour des rues Peru, Humberto 1, Carlos Calvo et dans une moindre mesure Bolivar, s'inscrit dans une dynamique complètement différente. La concentration de commerces utilisés en majorité par les résidents y est beaucoup plus forte que dans les deux autres zones identifiées. On observe notamment une plus forte proportion de commerces d'hygiène, de santé et de beauté peu utilisés par les visiteurs; catégorie constituée principalement de pharmacies et de salons de coiffure. À la figure 4.38, on observe aussi une concentration de commerces alimentaires spécialisés plus forte dans cette zone. La plupart d'entre eux correspondent à des boulangeries, boucheries et fruiteries très prisées des Porteños, qui, certes, peuvent aussi être utilisés par les autres usagers, mais qui sont surtout consommés par ceux bénéficiant d'une cuisine équipée. C'est également le seul endroit où l'on trouve des épicerie complètes alors que dans les autres sections on retrouve uniquement des dépanneurs, ou *kioscos*. Finalement, en matière de commerces d'équipements de la maison, bien qu'il soit assez réparti sur la carte, il existe bel et bien une différence entre la nature des commerces. Ainsi, dans l'axe de la rue Peru et Bolivar, on observe surtout des quincailleries, alors que dans l'axe Defensa/Plaza Dorrego, ce sont surtout des magasins de meubles à la facture plus originale.

En matière de restauration, les cafés y sont aussi plus nombreux alors que les restaurants y sont plus faiblement représentés. Il est aussi intéressant de constater



l'absence de chaîne de restauration dans ce secteur, démontrant ainsi le caractère local très fort. Il faut également souligner la présence de deux écoles, renforçant aussi sa dimension locale et de noyau de vie. Des commerçants rencontrés nous ont d'ailleurs dit modifier les heures d'ouverture de leurs commerces en fonction de l'horaire des cours, et non pas de l'achalandage touristique. Les parents qui attendent leurs enfants seraient ainsi de meilleurs clients que les touristes.

#### 4.4.2.3 Secteur touristique

La tendance la plus forte nous indiquant la présence d'un secteur touristique est la répartition des antiquaires. Comme le montre la figure 4.35, les magasins d'antiquités sont particulièrement concentrés dans cette zone sud-est. Ces boutiques constituent une forme de produits d'appel et plusieurs clients de toute la région se rendent dans San Telmo dans l'optique de s'en procurer. Ils sont aussi à l'origine de la relance du quartier et de sa célèbre *feria* dominicale (Zunino Singh, 2007). Cette impression de zone axée vers le visiteur est aussi confirmée à la figure 4.39 nous montrant les commerces d'équipement de la personne, également concentrés particulièrement dans le secteur de la rue Defensa, autour de la Plaza Dorrego. La présence de ces commerces s'étend également sur la rue Bolívar, dans sa portion sud. Cette catégorie regroupe principalement des commerces de vêtements ou de chaussures et inclut aussi la vente de bijoux ou autres accessoires, particulièrement prisés des visiteurs et des touristes.

Les boutiques souvenirs sont aussi presque exclusivement installées sur la rue Defensa (Fig. 4.40). En revanche, les lieux associés au tango sont répartis un peu partout sur le territoire et leur présence tend à s'étirer vers l'ouest. Cette catégorie regroupe à la fois les salles de spectacle et les boutiques spécialisées pour le tango; dans la vente de chaussures ou de vêtements par exemple. On observe une certaine concentration des lieux de diffusion dans l'axe Chile-Balcarce, mais généralement ces lieux associés au tango sont assez diffus.















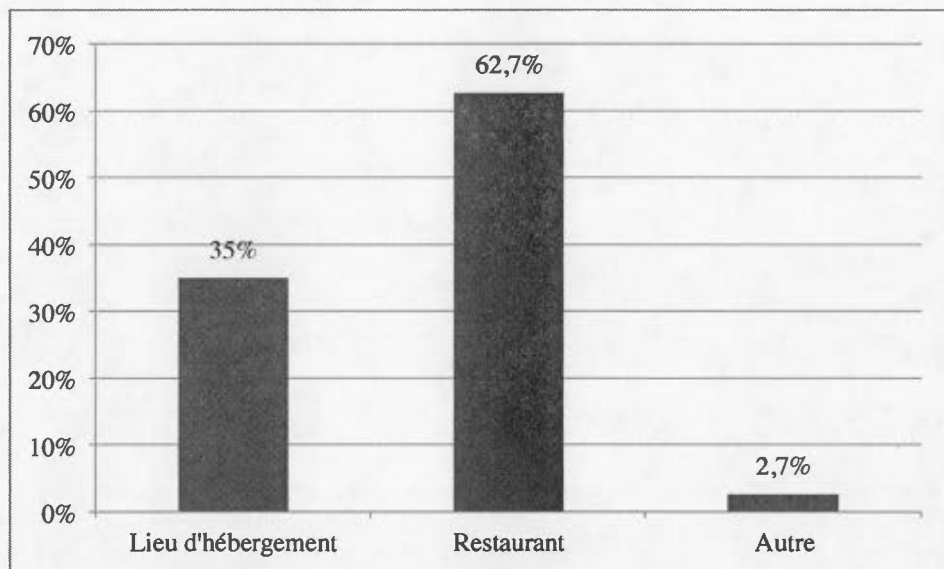
En matière de restauration, on observe une forte concentration dans l'axe Balcarce-Chile, en raison notamment de la voirie qui permet l'installation de terrasses. C'est aussi dans cette zone que l'on observe la plus forte concentration de bars et de boîtes de nuit. La rue Defensa est également fortement occupée par les restaurants et, à la différence du secteur local à l'ouest, elle accueille un plus grand nombre de commerces et d'établissements de restauration de chaînes. On y retrouve par exemple les bannières Subway et Starbucks, pour lesquelles nos observations ont d'ailleurs montré une forte fréquentation par les visiteurs étrangers. On y trouve également beaucoup de chaînes d'Amérique latine, peu connu des Occidentaux, mais très populaires auprès de la clientèle des pays limitrophes. Autre élément important, la forte propension des commerces à s'installer dans deux quartiers différents. Il n'est pas rare de voir des restaurateurs ou commerçants porteños s'installer dans plusieurs quartiers; généralement dans Palermo, l'autre quartier très populaire auprès des clientèles touristique et plus nantie. La rue Bolivar accueille d'ailleurs depuis peu des établissements visant à attirer davantage les jeunes adultes, voire jeunes professionnels. Les cafés et restaurants y offrent des aliments plus sains et un décor plus soigné, à l'instar de ce que l'on observe dans toutes les grandes villes du monde (Zukin, 2010).

Le lien avec le tourisme est d'ailleurs important. Bien qu'une partie importante des répondants affirme surtout cuisiner ses propres repas, plus de 34%<sup>13</sup>, près des deux tiers disent consommer leur repas du soir au restaurant lorsqu'en voyage. Il sont donc majoritaires à utiliser les établissements de restauration, expliquant ainsi en bonne partie la concentration de ces services dans les secteurs fortement touristiques.

---

<sup>13</sup> À noter que la différence entre le lieu d'hébergement et la cuisine semble s'être perdue entre les traductions et l'interprétation de chacun des répondants

*Figure 4.41 – Lieu où est le plus souvent consommé le repas du soir, en voyage, réponse unique*



En somme, on constate une forte polarisation des types d'activités dans le secteur, mais également une diffusion de l'activité touristique vers l'ouest. L'analyse des commerces nous indique cependant une présence relativement différenciée des usagers en fonction des zones à l'étude. La distinction la plus marquée se situe dans la partie nord-ouest, voire dans l'axe de Belgrano, où on retrouve surtout une dynamique de centre d'affaires, présentant peu d'intérêt pour les visiteurs; dans la partie sud-ouest, on trouve une forme de zone du quotidien ou une concentration de commerces de proximité, notamment d'hygiène et d'alimentation, est observable. Puis, dans la partie sud-est, on observe principalement une dynamique touristique, avec une identité très forte autour de la présence marquée des antiquaires, mais également des boutiques souvenirs, de vêtements et d'accessoires mode. Ces deux secteurs tendent à se rejoindre et à se confondre notamment en raison de la présence touristique qui se fait cependant aussi sentir sur la rue Bolivar, bien que l'offre commerciale y soit plus diffuse et diversifiée.



#### 4.4.3 Diversité des usages et des ambiances

Bien que relevant de paramètres séparés, la diversité des ambiances et des usages sont ici regroupées afin de faciliter l'explication et surtout d'associer les différents usages aux propriétés spatiales et environnementales du quartier; en d'autres mots des ambiances. Une première partie est ainsi consacrée aux éléments communs à l'ensemble de la zone, puis, reprenant les distinctions relevées à la partie précédente, chacun des trois secteurs sera documenté en fonction de ceux deux variables. De plus, dans la section portant sur la zone touristique, une partie importante est consacrée à la *feria* du dimanche qui nous permet d'observer certains paramètres précis, mais surtout de consolider certains constats.

##### 4.4.3.1 En général

Ces séances d'observations nous ont permis de voir différentes façons d'utiliser l'espace et différents comportements dans l'espace, en fonction de l'heure, mais également en fonction de la zone du secteur d'étude. Il y a toutefois certaines constantes qui peuvent être observées. Ainsi, sur les trois axes nord-sud principaux, Peru, Defensa et Bolivar, les usagers se déplacent plutôt rapidement. Comme nous l'avons vu, l'étroitesse du domaine public rend impossible quelque appropriation de l'espace. La circulation piétonne se fait donc en accéléré et les gens se déplacent les uns derrière les autres.

À l'extérieur de la rue Defensa et des axes Bolivar et Peru, en plus des quelques rues perpendiculaires où le tourisme y est plus présent, la situation demeure également constante. Les visiteurs y sont inexistantes et les résidents y sont aussi très peu nombreux à circuler. En fait, ces secteurs sont désertés tous les jours de la semaine en raison d'un manque d'animation et de densité d'activités. Il s'agit des espaces de transition entre les différentes zones plus achalandées, où le contraste y est

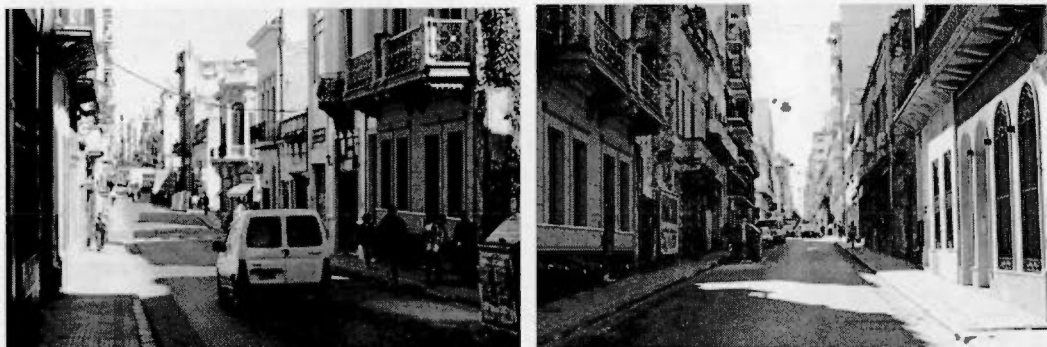
particulièrement frappant le dimanche. On passe rapidement d'une ambiance festive à un quartier résidentiel tranquille.



*Figures 4.42 et 4.43 – Rue Mexico et Balcarce*

Ces espaces constituent en réalité les seuls endroits où les différences de temporalités sont peu importantes. Autrement, les trois secteurs observés connaissent des variations majeures en fonction des différentes périodes du jour et de la semaine et encore davantage le dimanche.

Ainsi, la circulation dans le quartier est généralement plus forte autour de neuf heures du matin et de dix-heures le soir. À ce moment, les trottoirs des rues principales deviennent des voies rapides et les usagers sont surtout des travailleurs qui rentrent chez eux (Fig. 4.44). Sinon, durant le jour, les rues parallèles et certains tronçons sont dépourvus de toute animation (4.45). S'arrête cependant ici la liste des points communs puisque chaque zone présente une dynamique qui lui est propre.



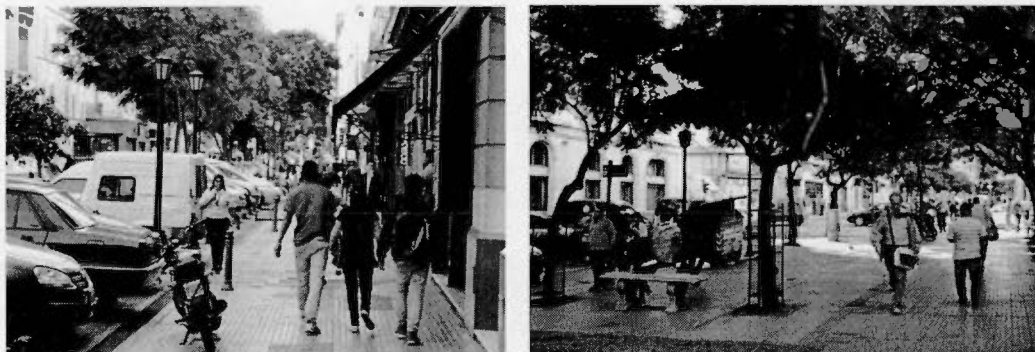
*Figure 4.44 et 4.45 – Rue Bolivar en fin de journée, et rue Bolivar en après-midi*

En réalité, ce qui crée les différentes zones et ambiances au sein du quartier, ce sont les exceptions du domaine public. Dans le cas du secteur local, c'est une ouverture de la rue Peru qui permet la présence de commerces, de terrasses, et surtout de regroupement d'usagers. Pour le secteur touristique, «l'anomalie» est double. D'une part la Plaza Dorrego qui permet le déroulement de plusieurs activités, et d'autre part la rue Chile qui, par ses vastes aménagements, permet aussi une appropriation plus grande.

#### 4.4.3.2 Secteur d'affaires – Montserrat

Tel qu'observé dans les deux parties ultérieures, la partie au nord d'Independencia constitue principalement une extension du centre des affaires. La concentration de services aux entreprises y est plus forte, tout comme les restaurants rapides et les édifices à bureaux. Ainsi, tout au long de la journée, ce quartier accueille surtout des travailleurs et des passants pressés (Fig. 4.46) et il est rare de voir des gens s'arrêter relaxer dans cette zone, et ce malgré la présence de bancs, chose très rare à Buenos Aires. Lorsque des gens s'assoient, c'est dans la plupart des cas pour attendre l'autobus (Fig. 4.47). Les circuits de transport collectif sont d'ailleurs nombreux, tant dans l'axe Peru que Bolivar, mais encore davantage sur Belgrano.



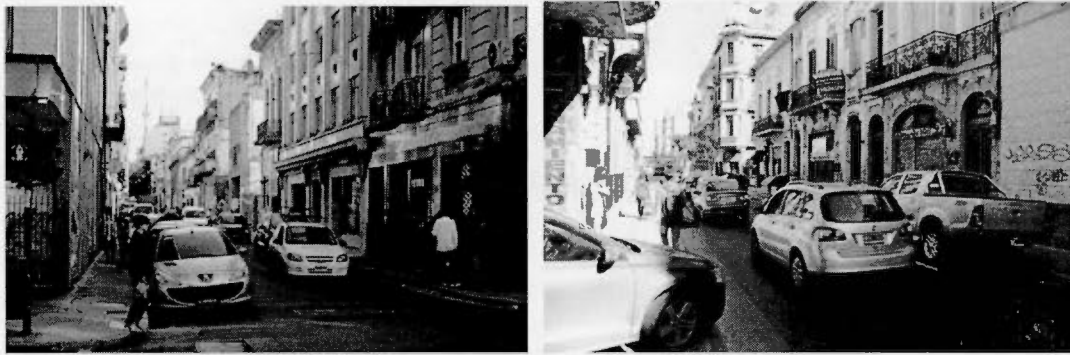


*Figures 4.46 et 4.47—Rue Peru dans un tronçon normal, puis dans sa portion la plus large au nord d'Independencia*

Malgré l'emprise publique impressionnante de la rue Peru, aucune appropriation du domaine public n'y est faite. Les restaurants disposant d'une terrasse y sont d'ailleurs peu nombreux. De plus, étant donné sa vocation d'affaires, les variations de temporalités sont plutôt importantes. Si le jour la circulation piétonne et véhiculaire y est importante, la fin de semaine et le soir, le quartier devient désert, hormis la présence de quelques résidents y circulant. En fait, à la fin de la journée, autour de dix-huit heures, certaines sections deviennent carrément insécurisantes. C'est le cas par exemple des rues perpendiculaires où l'étroit trottoir est entravé par certains groupes marginaux qui discutent en consommant de l'alcool.

Le même phénomène est également observable sur la rue Bolivar, dans la portion nord. À la fin de la journée, le trafic automobile et piéton y est alors élevé. La congestion routière devient importante et le bruit et l'odeur associés en font un lieu inconfortable. D'ailleurs, l'état de délabrement du cadre bâti et la saleté des lieux en font un endroit plutôt inhospitalier, particulièrement en dehors des heures ouvrables. De plus, la circulation automobile et son statut privilégié en Argentine en font un lieu hautement dangereux où les voitures surgissent brusquement des espaces de stationnement sans trop de considération pour les piétons, et où ils tournent aux différentes intersections également au détriment de la priorité des marcheurs.

L'étroitesse des trottoirs rend de surcroît difficile la cohabitation entre les deux (Fig. 4.48).



Figures 4.48 et 4.49 - Rue Venezuela, au coin de la rue Peru, et rue Bolivar

Ainsi, hormis quelques groupes marginaux, la plupart des usagers circulent rapidement dans cette partie, comprise entre Independencia et Belgrano, principalement sur les rues Bolivar et Peru. Cette dernière a également quelques tronçons dans un état analogue dans le même intervalle, mais de façon générale, l'état du cadre bâti et la densité d'activités rend le lieu passablement plus sécuritaire. La zone est toutefois fortement dépendante des activités de bureau et devient, par conséquent, plutôt tranquille après dix-huit heures. Ces constats coïncident avec ceux établis précédemment, notamment en matière formelle puisque la transparence des bâtiments y est faible et relative dans le temps. On s'en souviendra, la portion nord, présentait de façon générale une qualité urbaine plus faible. Un peu plus au sud cependant, sur ces mêmes rues, Peru et Bolivar, la situation est toutefois bien différente.

#### 4.4.3.3 Secteur local

Sur la rue Peru dans sa portion Sud, la densité commerciale et résidentielle fait en sorte que l'on retrouve une toute autre clientèle. On voit davantage de gens faire leurs courses, revenir du travail en fin de journée de manière un peu plus détendue et les

terrasses y sont beaucoup plus nombreuses. Il n'est pas rare de voir, dans les rues perpendiculaires, surtout à l'extrême ouest, des groupes de gens de tous âges assis dans la rue, bière ou maté en main<sup>14</sup>, des groupes d'adolescents faire leur devoir sur le sol ou encore des parents qui attendent leurs enfants à la sortie de l'école. Certains individus en état d'ébriété prennent également place aux différents coins de rue, s'adressant à l'occasion aux passants. Les gens circulent d'ailleurs plus vite dans ces rues parallèles, comme s'ils avaient tous leur destination finale en tête. Il faut dire que la densité commerciale et la transparence des façades y sont plus faibles, combinées aux différents occupants de la rue qui rendent moins intéressant le parcours; voire insécurisant par endroit, surtout après dix-huit heures.

En fin de journée, la direction des flux de piétons nous informe d'ailleurs de l'itinéraire des gens. Alors que sur Defensa la majorité se dirige surtout vers le nord, quittant le quartier, les marcheurs des rues Bolivar et Peru se dirigent surtout en direction sud, à leur résidence; ce constat confirme ainsi la plus forte présence de résidents dans la partie ouest. Par ailleurs, la très forte majorité des boutiques ferment autour de 18h-19h et les restaurants n'ouvrent en majorité qu'à 20h, causant une période de transition où toutes les façades, hormis celle des bars et cafés, sont complètement fermées. La plupart des gens circulent donc rapidement, n'hésitant pas à changer de côté de rue au besoin.

Dans ce secteur surtout résidentiel, on observe aussi la tendance largement répandue en Argentine de se rassembler sur les terrasses et les bars en fin de journée. Ces établissements constituent un lieu de socialisation important dans la culture locale et les terrasses des rues Peru et Bolivar, entre les rues Estados-Unidos et San Juan, reflètent par leur achalandage important à cette période de la journée ce trait culturel. Elles accueillent ainsi en grand nombre des résidents de l'endroit, bien que certains

---

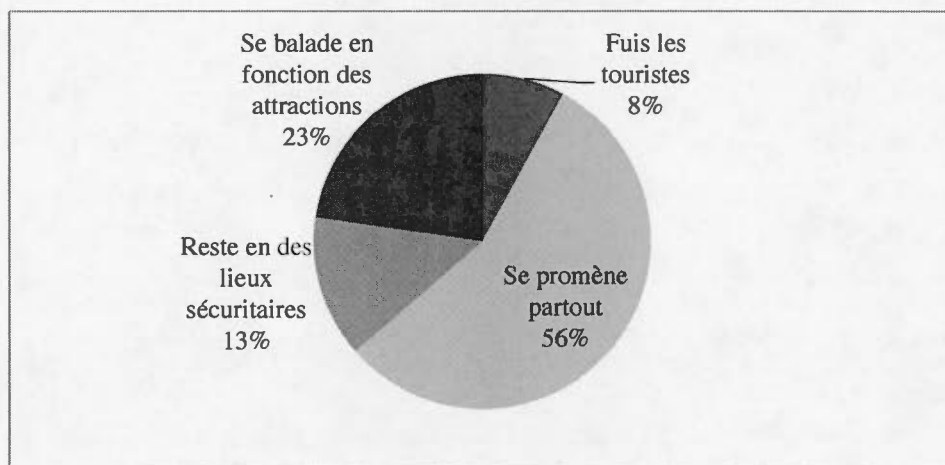
<sup>14</sup> Mate : Infusion d'herbes consommée principalement en Argentine, Uruguay et Paraguay. Elle est surtout consommée en fin de journée, et en groupe.



touristes peuvent également y être vus, ou entendus; la présence d'hôtels et d'auberges dans le secteur n'y étant pas étrangère.

La figure 4.50 reprend d'ailleurs les résultats obtenus à la question portant sur le comportement des visiteurs. Ainsi, plus de 56% des répondants disent se promener partout, 15% restent en des lieux sécuritaires, 26% suivent les circuits touristiques, et 9% fuient systématiquement les touristes. Ces données corroborent ainsi les observations faites sur les rues Bolivar et Peru : une certaine proportion de visiteurs tend à quitter la zone touristique. Une forte proportion demeure toutefois dans les circuits touristiques, regroupant près de 40% des visiteurs.

*Figure 4.50 – Comportement des visiteurs lorsqu'en visite dans un quartier, réponses multiples*



L'ambiance de cette partie du quartier est par ailleurs beaucoup plus agréable. Les gens locaux se l'approprient beaucoup plus et des activités de socialisation y prennent place (Fig. 4.51). Au-delà des terrasses qui animent l'espace, le cadre physique – la voirie et le cadre bâti – y est beaucoup mieux entretenu et sa composition le rend beaucoup plus agréable pour le piéton. En effet les trottoirs y sont plus larges et la

circulation y est passablement plus sécuritaire; les arbres y sont également plus nombreux.



*Figures 4.51 et 4.52 – Groupe de gens socialisant autour du kiosque à journaux, et rue perpendiculaire*

Le samedi, l'achalandage dans les rues Peru et Bolivar, dans leur partie sud est également assez important; au contraire de la partie nord déserte à cette période. De nombreux résidents y sortent faire leurs courses, et le même phénomène de socialisation sur le pas de la porte qui se produit en fin de journée la semaine est alors observable, et ce toute la journée. Le dimanche, lors de la *feria*, les visiteurs y sont beaucoup plus nombreux et les commerçants y répondent en installant davantage de terrasses.

En somme, les observations nous ont permis de confirmer ce que les analyses formelle et commerciale avaient montré. La partie sud-ouest du quartier est surtout fréquentée par des habitants, mais environ la moitié des visiteurs s'y rendent possiblement aussi. Les résidents du secteur y réalisent donc leurs activités quotidiennes en plus grand nombre que dans les autres zones, notamment commerciales, mais aussi de socialisation; ces attroupements sur le trottoir peuvent d'ailleurs apparaître insécurisants pour le non averti. Le secteur est beaucoup plus agréable que celui de la partie nord, notamment en raison de l'état du cadre bâti, de la

densité commerciale, du verdissement qui y est plus important, de même que de la présence généralisée de gens dans la rue y faisant leur course ou socialisant, dans l'espace public ou sur les terrasses. La diversité des usagers et des ambiances y est importante, présentant ainsi une qualité urbaine plus grande. De plus, généralement, les terrasses et les restaurants sont beaucoup plus typiques, notamment parce qu'ils sont fréquentés par des locaux, mais également par leur caractère historique et leur rôle historique de lieu de socialisation qu'ils ont su préserver. C'est probablement ce qui explique l'intérêt grandissant des touristes et visiteurs.



*Figure 4.53 – Café El Fédéral faisant partie du programme Café notable de la CABA*

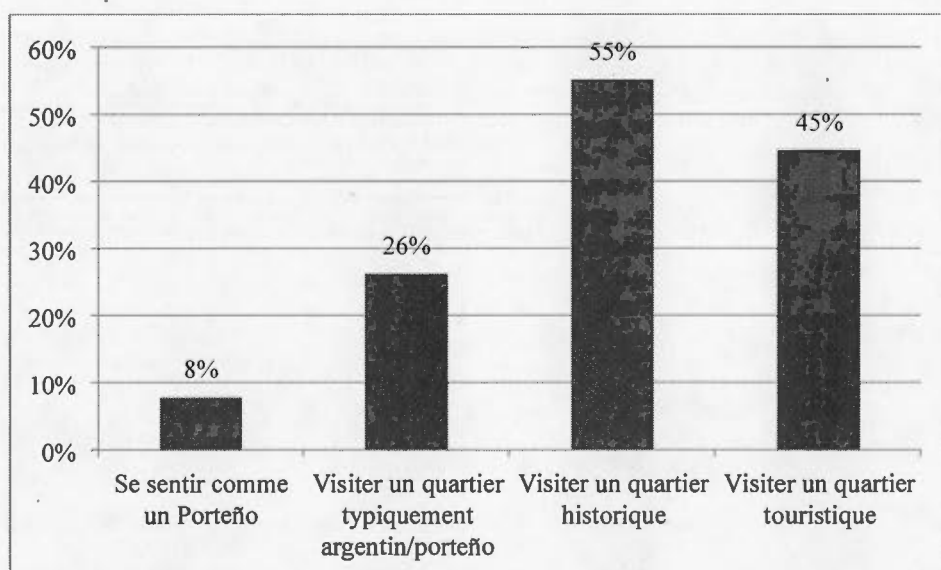
#### 4.4.3.2 Secteur touristique

Les nombreux projets de développements touristiques menés par la ville depuis les années 90 se sont surtout concentrés dans les axes Defensa et Balcarce, autour de la rue Chile et de la Plaza Dorrego. La rue Defensa constitue depuis toujours l'artère centrale du quartier et, comme nous l'avons vu, c'est sur cette rue que l'on retrouve la plupart des boutiques d'antiquités et de souvenirs. On y trouve aussi de nombreux restaurants et bars qui en font un lieu prisé par les touristes et visiteurs. Ainsi, du lundi au samedi, un trafic constant y circule, avec quelques pointes entre treize et quatorze heures, de même qu'entre dix-huit et dix-neuf heures. La partie au sud de



Independencia, plus près de Plaza Dorrego, est sensiblement plus achalandée que la partie nord, notamment en raison de la présence des visiteurs. Cependant, malgré sa forte vocation touristique, on aperçoit aussi beaucoup de travailleurs qui y circulent également, se dirigeant en un point précis, mallette à la main, ou téléphone à l'oreille. En fait, ces travailleurs et résidents forment la majorité des usagers, et les touristes, également nombreux, y contrastent fortement. Ceux-ci se promenant la plupart du temps en groupe de deux ou trois, rarement davantage, parfois seul, caméra au cou et d'un pas plus lent.

*Figure 4.54 – Impressions des répondants lorsqu'ils visitent San Telmo, réponses multiples*



La perception des répondants soulève d'ailleurs les mêmes constats. En effet, seuls 26% d'entre eux disent avoir l'impression de visiter un quartier typique de Buenos Aires, alors qu'ils sont près de 45% à avoir l'impression de visiter un quartier touristique et plus de 55% à se sentir dans un quartier historique. Il faut dire que les circuits touristiques du quartier ont fait l'objet de nombreuses interventions visant à vieillir l'aspect du cadre bâti et à mettre en valeur ses éléments historiques.

Cette présence touristique se concentre ainsi dans la partie sud, et encore davantage dans la partie sud-est dans les axes des rues Defensa, de même que dans les rues Balcarce-Chile et Estados-Unidos. Ces deux rues perpendiculaires accueillent en effet des commerces plus susceptibles d'attirer cette clientèle et leur ambiance y est plus agréable; les arbres y sont nombreux, tout comme les terrasses, et la circulation y est beaucoup plus lente (Fig. 4.55 et 4.56).



Figures 4.55 et 4.56 – Rues Estados-Unidos et Chile

Globalement, les touristes sont les plus enclins à s'arrêter et à prendre le temps d'observer. Ils sont souvent en couple, ou en pairs, et ne semblent ressentir aucun danger, s'arrêtant aux vitrines et aux différentes attractions pour les photographier ou simplement pour contempler les différents activités et produits en démonstration. Dans les axes principaux, on voit souvent des touristes regardant leur carte, nous informant à la fois d'un sentiment de sécurité élevé, et d'une faible lisibilité du quartier qui les oblige à s'orienter. Ce comportement contraste avec celui observé chez les touristes hors du circuit habituel. Ceux-ci apparaissent alors plus méfiants, principalement en semaine, car ils ont probablement l'impression d'être les seuls touristes et de se faire observer. Ils mettent également plus souvent leur sac à l'avant pour éviter les voleurs et regardent d'un air suspicieux tous les gens qui passent.

Sur la rue Balcarce, malgré la présence du *Paseo de la historieta* qui fait le lien entre le cœur touristique et Puerto Madero, quartier limitrophe, peu de touristes sont

visibles en semaine (Fig. 4.57 et 4.58). Les quelques visiteurs qui s'y aventurent sont la plupart du temps en couple ou en groupe, et ils sont plus fréquents la fin de semaine où les familles sont plus nombreuses. L'itinéraire de ce passage semble par ailleurs avoir été pensé dans le but d'attirer les visiteurs dans des lieux moins achalandés à partir du secteur touristique principal, au coin des rues Chile et Defensa, ou pour les guider vers d'autres quartiers de façon ludique; ce qui fonctionne passablement. On notera cependant l'absence d'autres attraits sur le parcours.



*Figures 4.57 et 4.58 – Paseo de la historieta dans la section Balcarce, animation du domaine public à des fins touristiques*

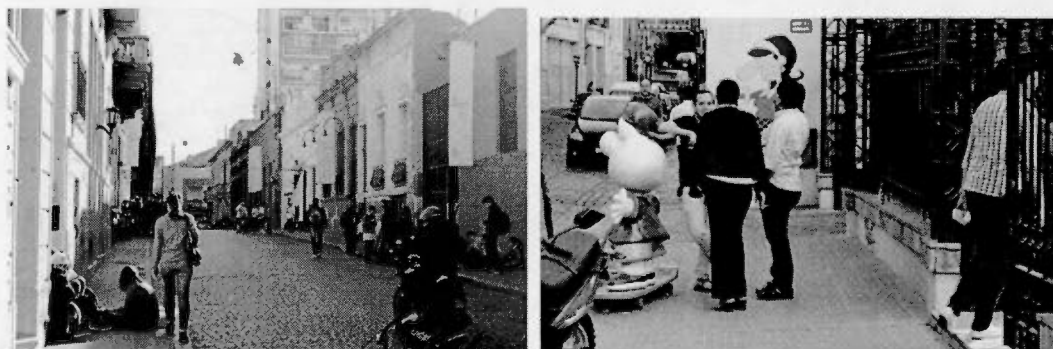
La rue Chile constitue également un secteur touristique d'importance. De nombreuses terrasses animent pratiquement tout le tronçon compris entre Defensa et Balcarce, mais elles apparaissent surtout fréquentées par les visiteurs; il faut dire que de nombreux hôtels sont également situés à proximité. Le soir, certains de ces établissements et terrasses de restaurations ferment leur porte, mais sont remplacés par d'autres établissements de type bar qui sont voisins. D'autres demeurent simplement ouverts près de vingt heures sur vingt-quatre.

Hors de ces deux zones mises en tourisme, les attractions officiellement «touristiques» sont peu nombreuses. Cependant, des touristes sont également présents dans la partie ouest, principalement sur la rue Bolivar qui commence à accueillir un certain nombre d'établissements d'intérêt. La qualité des aménagements laisse



cependant à désirer faisant en sorte que la plupart des touristes demeurent dans le circuit traditionnel. La fin de semaine, les visiteurs s'aventurant hors de ce circuit sont cependant plus nombreux, bien qu'une majorité demeure sur Defensa, là où l'achalandage est plus important.

À noter également que beaucoup d'activités du quotidien se déroulent en tous lieux, mais principalement en périphérie du circuit touristique. Les édifices à bureaux y sont plus fréquents, bien que peu nombreux, et l'*Universidad del cine* accueille aussi bon nombre d'étudiants qui se regroupent. Une fois le soir venu cependant, ces usagers ne demeurent pas dans le quartier; ils sont aussi peu visibles sur les terrasses du secteur.



*Figures 4.59 et 4.60 – Étudiants à la sortie de l'Universidad del cine en après-midi et groupe de travailleurs visiblement en pause, s'appuyant sur un personnage du circuit touristique*

Les rues parallèles même dans le cœur touristique demeurent relativement calmes en permanence. En fin de journée elles connaissent un achalandage un peu plus important, notamment en raison de la circulation piétonne et véhiculaire qui y est plus forte, mais de façon générale, peu d'activités s'y déroulent (Fig. 4.61). Les commerces qui s'y trouvent mettent d'ailleurs souvent des pancartes lumineuses ou même directement sur Defensa afin d'attirer l'œil des passants (4.62).



*Figures 4.61 et 4.62 – Passage San Lorenzo, en après-midi et rue Carlos Calvo, en fin de journée*

L'axe Defensa constitue d'ailleurs l'autre secteur fortement fréquenté par les touristes, principalement autour de la Plaza Dorrego. Sur cet espace public, des danseurs de tango et des amuseurs publics, notamment des jongleurs, attirent l'œil du passant et font en sorte qu'il y a en permanence quelques touristes qui prennent le temps de s'arrêter pour contempler le spectacle en cours (Fig. 4.63). La plupart y font alors un tour de la place pour regarder les produits artisanaux vendus par les quelques artisans disposés sur le pourtour (Fig. 4.64). Malgré cette animation, le flux de visiteurs demeure constant tout au long de la journée. En semaine, entre vingt et trente personnes prennent place en permanence sur les différentes terrasses de la Plaza Dorrego, et ce jusqu'à tard la nuit. La place est d'ailleurs presque exclusivement constituée de terrasses appartenant aux restaurants des édifices environnants, rendant pratiquement impossible l'utilisation de l'espace à d'autres fins (Fig. 4.65). Malgré cette privatisation apparente, certains groupes marginaux occupent les espaces résiduels entre les différentes terrasses, socialisant pour la plupart avec les artisans qui y vendent leurs produits.



*Figures 4.63 et 4.64 – Danseurs de tango sur la Plaza Dorrego et vendeurs d'artisanat au coin de Defensa et Humberto I*

Les touristes circulant dans la rue Defensa à la hauteur de la place sont rapidement interpellés par les employés des restaurants responsables d'attirer des gens sur leur terrasse, et ce en espagnol, anglais ou en portugais, augmentant ainsi le nombre de clients (Fig. 4.65). Cependant, ces visiteurs consomment généralement rapidement puis s'en vont. De plus, en raison de l'absence de mobilier urbain, peu de gens utilisent la place à des fins de détente. On voit certes, à l'occasion, quelques personnes sur les terrasses lire ou contempler le paysage en sirotant un café, mais la plupart quittent rapidement. Ce qui contraste avec l'habitude des Argentins de manger lentement et de prendre le temps de relaxer pendant plusieurs minutes, voire heures, après le repas.





*Figures 4.65 et 4.66 – Plaza Dorrego depuis la rue Defensa, en semaine*

D'ailleurs, sur l'heure du diner, la majorité des clients des restaurants est constituée de touristes et visiteurs qui contemplent le lieu et les attractions qui s'offrent à eux. Il arrive bien sûr que des travailleurs et résidents se rendent dans ces restaurants qui offrent somme toute une alternative alimentaire intéressante et un environnement agréable, mais ils ne constituent qu'une partie minime de la clientèle. Les locaux semblent ainsi préférer les terrasses de l'autre côté de la rue, évitant les dons aux artistes de la place. En effet, tous les jours à partir de onze heures, deux danseurs de tango font une représentation d'environ dix minutes deux fois l'heure et circulent après chaque spectacle à travers les tables pour récolter les dons ou se faire photographier.

À partir de dix-neuf heures, la plupart des vendeurs au pourtour de la place ramassent leur marchandise et la majorité des commerces du quartier y ferment aussi leurs portes. Les restaurateurs ferment toutefois beaucoup plus tard, autour de trois heures du matin, laissant intacte leur terrasse jusqu'à cette heure.

Ainsi, la Plaza Dorrego est globalement un lieu agréable; il y a en permanence une musique de tango, la circulation automobile y est plus lointaine et les arbres sont

imposants, offrant une fraîcheur appréciable. La terrasse n'est cependant pas bondée ce qui enlève un peu d'ambiance, mais l'atmosphère du lieu compense pour ce manque d'animation. Les visiteurs semblent beaucoup apprécier et il s'agit à peu près du seul endroit où ils passeront plus de cinq minutes dans le quartier, même ceux qui ne s'attablent pas.

La situation de la Plaza Dorrego change cependant le samedi et encore davantage le dimanche. À partir de onze heures, les différents antiquaires installent leur kiosque, occupant complètement la place. L'espace passe donc d'un lieu ouvert à un lieu complètement fermé dans lequel il faut emprunter différents corridors pour circuler à travers les vendeurs. Le dimanche, le même phénomène se produit, mais il se combine à un événement beaucoup plus vaste, la *feria* de San Telmo. Tous les dimanches, ce marché, ou *feria* s'installe sur la rue Defensa de l'avenue San Juan à la Plaza de Mayo.



Figure 4.67 et 4.68 – Vue panoramique de la Plaza Dorrego depuis l'intersection des Defensa et Humberto I, en semaine, puis le dimanche



#### 4.4.3 La Feria de San Telmo

Malgré la métamorphose apparente qui survient dans le quartier chaque dimanche, les observations faites pendant la *feria* mènent finalement aux mêmes constats qu'établis précédemment, mais de façon amplifiée. La rue Defensa est alors bondée de commerçants, marchands et gens de toutes sortes. Ce marché à ciel ouvert accueille des centaines d'exposants allant de vendeurs d'artisanat en cuir à des produits représentant Buenos Aires et l'Argentine voire des accessoires pour bébés et du matériel électronique. S'il s'agissait historiquement de vendeurs d'antiquités, la gamme de produits et de participants s'est considérablement élargie.



Figures 4.69 et 4.70 – Rue Defensa depuis l'avenue Independencia, et vue en plongée d'un tronçon de la feria

La figure 4.71 montre bien la diversité des différents usages qu'on y retrouve. On y voit à la fois des visiteurs y faire des photos, d'autres négocier l'achat d'un sac, d'autres encore y jouent de la musique, alors que la majorité ne fait qu'y déambuler et observer; le tout sous surveillance policière. L'usage dominant est certainement celui



du magasinage, mais un grand nombre de personnes ne s'y rendent que pour voir la célèbre *feria* et passer un bon temps entre amis ou en famille.



Figures 4.71 et 4.72 – Intersection des rues Defensa et Carlos Calvo et étalage de produits de cuir sur la rue Defensa

Au cours de cet évènement, la rue est largement réappropriée et fait la place complète aux commerçants et visiteurs. De nombreux spectacles ont lieu, la plupart du temps spontanément et se font au milieu de la rue, fermée à la circulation sur toute sa longueur.



Figure 4.73 et 4.74 – Spectacle de musique au cœur de la rue Defensa, près de l'avenue San Juan

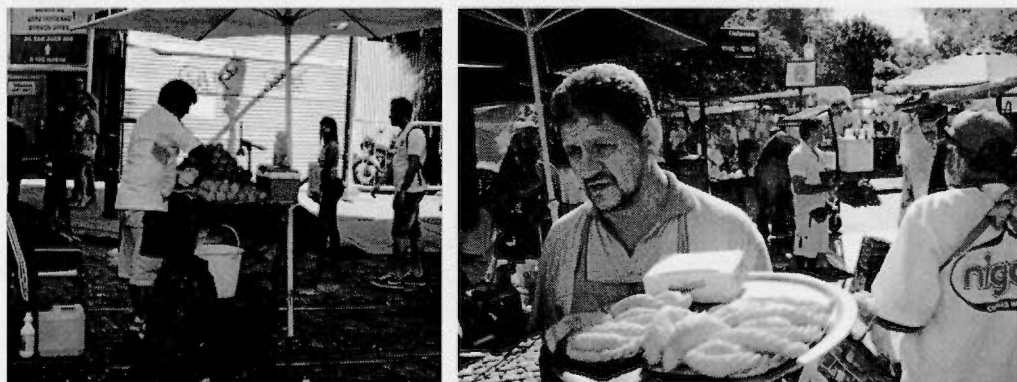
Des regroupements de spectateurs se créent alors autour de ces musiciens et chacun utilise le lieu à sa manière (Fig. 4.73). Certains y voient une occasion de relaxer entre amis à bas prix, alors que d'autres n'y écoutent qu'une chanson et continuent leur visite dans le quartier. D'autres musiciens sont aussi beaucoup plus discrets (Fig.

4.75), mais ils ont tous en commun d'y voir une manière d'obtenir de la visibilité et un peu d'argent (4.76). Sans contredit, tous contribuent à animer l'espace à leur manière et à donner leur identité au quartier.



Figure 4.75 et 4.76 – Chanteur de tango sur la rue Defensa

À cette offre musicale se jumelle une offre alimentaire alternative à celle des commerces permanents. De nombreux vendeurs ambulants profitent de cet apport de clientèle important et y vendent différents produits, allant de jus de fruits frais (Fig. 4.77), à des empanadas (Fig. 4.78), en passant par la crème glacée. Tous les usagers peuvent par conséquent trouver une offre adaptée à leur goût.



Figures 4.77 et 4.78 – Vendeurs ambulants



L'offre de transport s'adapte également à la présence de cet afflux important de visiteurs. Bien qu'il soit généralement facile de trouver un taxi dans le quartier, et à Buenos Aires en général, les chauffeurs frayent la bonne affaire et se tiennent prêts, sachant très bien qu'un éventuel client est à leur portée.



*Figure 4.79 – Taxis en attente au coin des rues San Juan et Defensa, vers le nord*

La *feria* ne constitue cependant pas uniquement un évènement important pour les visiteurs. Les nombreux commerçants eux-mêmes semblent apprécier l'expérience. En effet, le marché à ciel ouvert semble être le théâtre de plusieurs activités de socialisation ou de contemplation, chacun occupant le temps en attendant les clients à sa façon. Certains tiennent le kiosque à plusieurs ou socialisent avec leur voisin, alors que d'autres viennent seuls et observent la foule patiemment. D'autres encore en profitent pour construire leurs produits ou passent le temps en lisant ou en discutant avec les clients potentiels. Ces commerçants constituent aussi un achalandage important pour les commerces alimentaires, formels et informels, et supportent les différents vendeurs.





Figure 4.80 et 4.81 – Commerçants en attente de clients, Plaza Dorrego et rue Defensa

En réalité, hormis un achalandage plus important dans le quartier, la *feria* ne change pas drastiquement l'ambiance du secteur par rapport à la semaine : elle l'amplifie. On observe ainsi les mêmes tendances : une concentration de visiteurs sur les rues Defensa et Chile, des rues perpendiculaires fonctionnelles et la rue Peru plus résidentielle.

La majorité des touristes demeurent sur la rue Defensa et un certain nombre s'aventure dans les rues parallèles, notamment Peru et Bolivar dans la partie sud. Les gens suivant le parcours historique Balcarce-Chile et se photographiant avec les sculptures sont également plus nombreux. On observe aussi davantage de touristes qui s'aventurent dans les rues perpendiculaires le dimanche qu'en semaine; en nombre absolu, mais en proportion ce nombre est probablement équivalent. Il faut dire également que le marché s'étend dans quelques-unes de ces rues perpendiculaires et guide les visiteurs vers les rues de moindre envergure (Fig. 4.82, 4.83). La plupart préférant toutefois rebrousser chemin pour revenir sur Defensa plutôt que de suivre un autre circuit. Sur les grandes rues, Belgrano, Independencia et San Juan en revanche, peu de touristes se baladent, les laissant aussi désertes qu'à la normale; et ce malgré la présence d'institutions touristiques importantes, notamment muséales.



*Figures 4.82 et 4.83 – Entrée du passage San Lorenzo, vue de l'entrée ouest d'abord, puis qui se termine sur un kiosque de location de vélo et le Pride Café qui installe sa terrasse dans la rue pour l'occasion, dans la partie est*

En somme, la *feria* ne fait qu'attirer les gens en plus grand nombre dans le quartier, mais les comportements et usages s'apparentent à ceux observés la semaine de manière amplifiée. Cet apport de gens donne cependant une perspective plus heureuse du quartier, car l'œil des visiteurs n'est pas attiré sur l'état de délabrement du cadre bâti, mais sur les étals de produits. Ce changement de perspective est important, et en ce sens, la *feria* de San Telmo est très positive. Cependant, les conflits avec la population sont chose courante. Documentés (voir la première partie du présent chapitre), les mécontentements des résidents atteignent leur apogée le dimanche. Nos observations ont notamment relevé un résident d'un deuxième étage allumant sa propre musique très forte pour éviter qu'un groupe de chanteurs s'installent en bas de son appartement. Si ces comportements ne sont pas généralisés, ils existent néanmoins et confirment ce qui est documenté dans la première section du présent chapitre.

Le secteur touristique, accentué par la *feria*, présente donc une diversité des usages et ambiances élevée, notamment accentuée par la mixité de ses usagers. Bien que

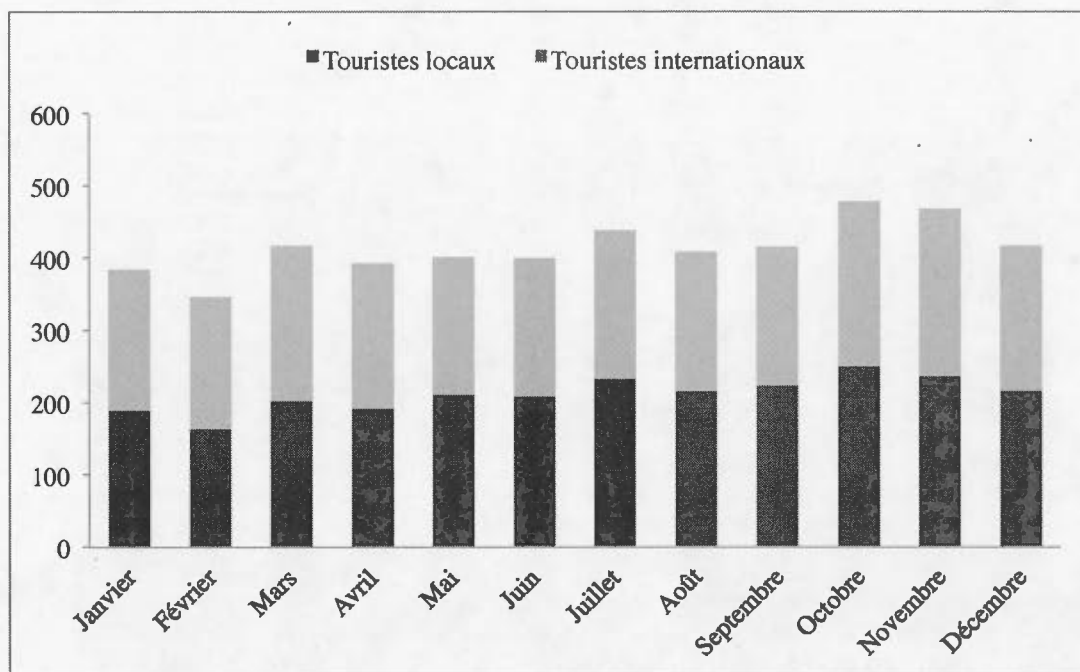
l'offre commerciale soit fortement orientée vers le visiteur, les résidents et travailleurs y sont présents en nombre important et contribuent, le jour et la fin de semaine, à l'animation du secteur. La présence et l'extension de cette zone vers la rue Bolivar augmentent également la qualité urbaine dans un secteur qui, autrement, serait délabré. Les pratiques touristiques, par leur diversité, contribuent ainsi à la consolidation des différentes ambiances. Elles constituent d'autant plus un vecteur d'animation que leur présence dans l'année y est quasiment constante, diminuant les pointes généralement associées à cette industrie.

#### 4.4.4 Diversité des temporalités

La situation géographique de Buenos Aires fait en sorte que les variations climatiques saisonnières sont relativement faibles. Elles sont cependant plus fortes que celles des autres métropoles touristiques d'Amérique du Sud, comme Rio de Janeiro par exemple, où le climat permet de se baigner à l'année. Par contre, le décalage des saisons avec l'hémisphère nord fait en sorte de créer deux «hautes» saisons, c'est-à-dire qu'au début de l'été (octobre-novembre), les visiteurs locaux sont très nombreux, tout comme les Brésiliens et autres sud-américains; alors qu'en hiver (juillet-août), le nombre de touristes internationaux augmente, car il correspond aux vacances d'été dans l'hémisphère nord.



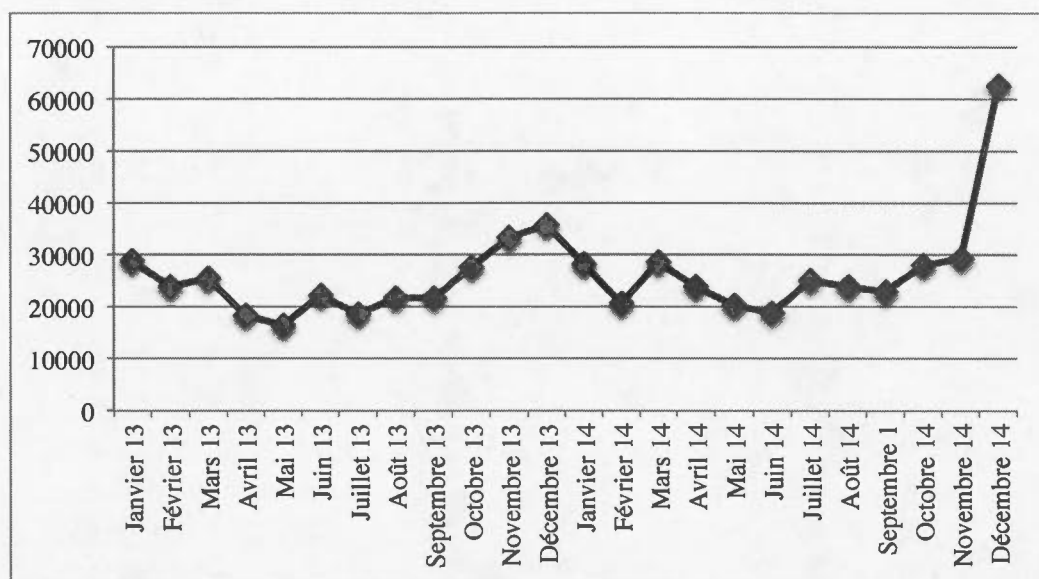
*Figure 4.84 – Nombre et provenance de touristes hébergés dans les établissements hôteliers et panhôteliars, en 2014, à Buenos Aires (en milliers)*



Source : Observatorio turístico de la Ciudad de Buenos Aires, 2014-2015

Les saisons touristiques sont donc beaucoup moins marquées, se reflétant ainsi sur la dynamique de quartier dans San Telmo. Les Occidentaux, principalement les Américains, se rendraient particulièrement nombreux à Buenos Aires dans les vacances de l'Action de grâce, en novembre; de même que pendant la relâche scolaire, en mars. La haute saison se déroule donc principalement en novembre et décembre, comme en témoigne d'ailleurs la figure 4.84, reprenant les chiffres de fréquentation de l'autobus touristique.

Figure 4.85 – Volume de passagers ayant monté à bord de l'autobus touristique de Buenos Aires entre janvier 2013 et décembre 2014



Source : Observatorio turístico de la Ciudad de Buenos Aires, 2015

Cette faible saisonnalité est aussi corroborée par l'horaire des commerces dans San Telmo. Des 532 commerces recensés, seulement trois affirment changer leur horaire au cours de l'année, en s'adaptant à leurs voisins ou simplement en demeurant ouverts moins longtemps en hiver. Cette saisonnalité est donc très faible. On observe cependant un certain nombre de variations au sein de la semaine, variables selon les types de commerces.

Les restaurants, par exemple, ferment souvent leurs portes les lundis et mardis, alors que les commerces d'équipements de la personne, notamment de vêtements, sont plus nombreux à fermer le samedi. Ce phénomène s'observe surtout dans la partie nord, où le nombre de travailleurs est plus important et où ils constituent probablement la majorité de la clientèle. Dans la partie sud, hormis sur la rue Peru, les commerces sont ouverts sept jours sur sept, alors que quelques-uns ferment leurs portes le lundi. La seule constante pour l'ensemble du secteur d'étude constitue finalement l'ouverture le dimanche de tous les commerces. L'achalandage y est alors beaucoup

plus important, car l'apport de gens, touristes principalement, mais aussi locaux, y est massif. Les figures 4.86 et 4.87 montrent d'ailleurs la statue de Mafalda en semaine, achalandée, et le dimanche, congestionnée.



*Figures 4.86 et 4.87 – Statue de Mafalda en semaine, et le dimanche*

Les commerces profitent aussi de cet achalandage important, car, au-delà d'occuper la rue, la *feria* oriente le visiteur dans son sillon et fait en sorte d'attirer plus de gens à l'intérieur. Les commerces doivent cependant installer dans la rue un étalage de produits ou simplement une pancarte pour attirer l'œil du visiteur. Les figures 4.88 et 4.89 montrent le marché de San Telmo, célèbre bâtiment du secteur, en semaine d'abord puis la fin de semaine. Ce marché est particulier en soi et démontre bien la nouvelle donne du tourisme. Il relie les rues Bolivar et Defensa et regroupe aussi bien des marchands de souliers que de fruits et légumes. Il représente cette nouvelle mixité touristique et locale qui a cours dans ce secteur du quartier, autour de la rue Bolivar.



Son architecture unique et impressionnante et sa gamme de produits variée en font un lieu prisé de tous.



*Figures 4.88 et 4.89 – Entrée du marché de San Telmo en semaine, et le dimanche*

Le domaine public est aussi adapté en fonction de la période de la semaine. Dans l'axe Bolivar principalement, les restaurants, bars et cafés installent leurs terrasses uniquement la fin de semaine. Dans les axes Defensa et Peru ils sont en revanche visibles tous les jours de la semaine. À la Plaza Dorrego, les terrasses sont forcées de se trouver un nouvel endroit les samedi et dimanche en raison de la *feria* d'antiquaires qui s'y installent. Les rues limitrophes deviennent ainsi occupées par ceux-ci (Fig. 4.90), alors qu'en semaine ils s'installent sur la place elle-même.



*Figure 4.90 – Terrasses autour de la Plaza Dorrego le samedi et dimanche*

D'autres adaptations sont faites dans le quartier en fonction du jour de la semaine. Du lundi au vendredi par exemple, les espaces de stationnement sont très nombreux, tant intérieurs qu'extérieurs. Si le samedi la majorité d'entre eux est fermée, le dimanche la réalité est tout autre; principalement, car un nombre important de visiteurs de la ville ou de la province vient en voiture. D'autres propriétaires voient alors l'accès à leur stationnement restreint en raison de la fermeture de la rue. Certains convertissent donc leur espace en lieu de restauration offrant dans la plupart des cas des plats typiquement argentins sur le grill. Cette animation ponctuelle anime ainsi l'espace de manière originale, en plus de donner une odeur particulière aux lieux.

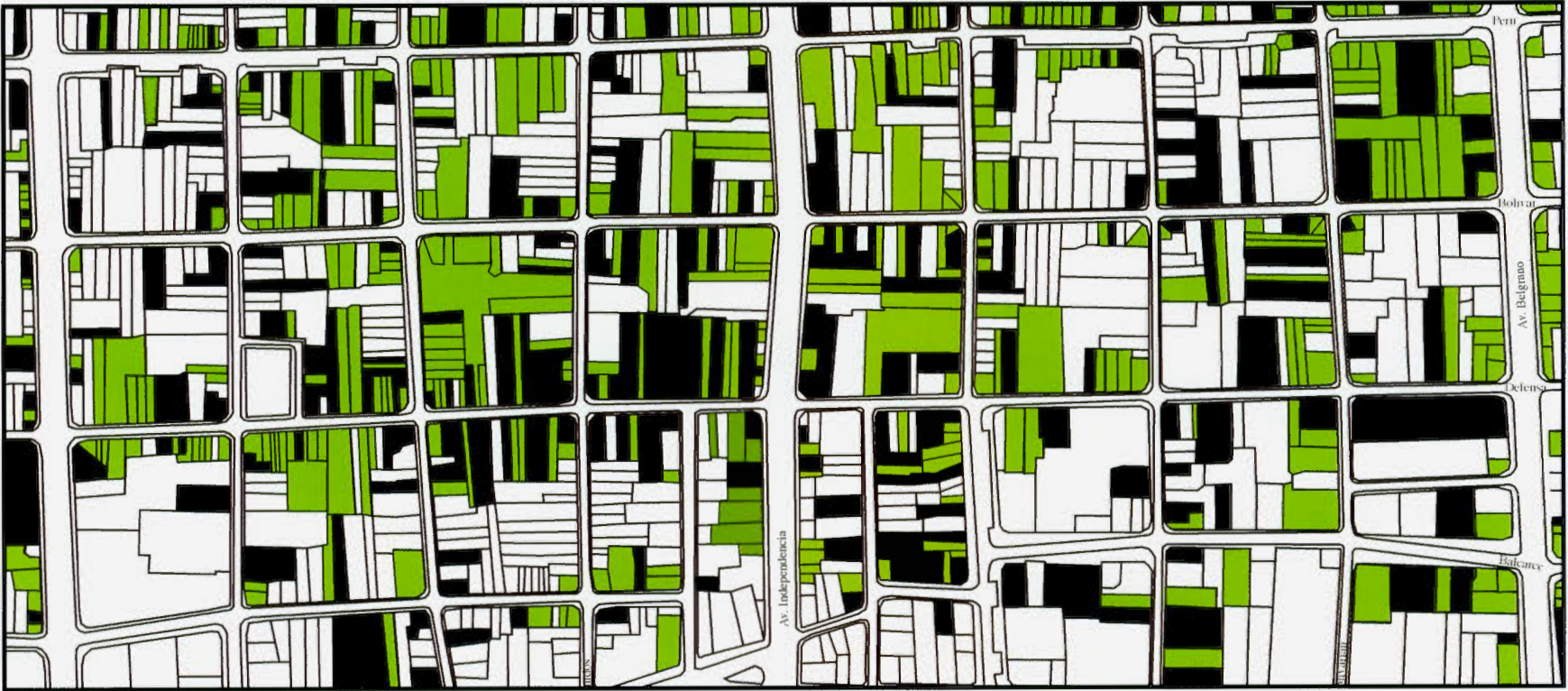


*Figures 4.91 et 4.92 – Espace de stationnement utilisé comme telle la semaine, se transformant en aire de restauration le dimanche*

Finalement, au cours de la journée, les horaires suivent un modèle assez classique. Les figures 4.93 et 4.94 reprennent les variations observées au cours de la journée. Sans surprise, la majorité des commerces sont ouverts en après-midi, alors qu'une minorité de ceux-ci le demeurent jusqu'à tard dans la nuit. La différence observée entre les horaires du mercredi et du vendredi est également assez faible; et dans le cas des établissements ouverts la nuit, elle correspond principalement aux boîtes de nuit qui ouvrent leurs portes uniquement le vendredi et samedi. Certains restaurants ferment également leurs portes plus tard la fin de semaine, alors que les commerces au détail ferment aux mêmes heures. Ces établissements sont surtout présents dans le secteur Balcarce-Chile, alors qu'autour de la Plaza Dorrego, hormis quelques restaurants, tout est fermé après vingt heures.

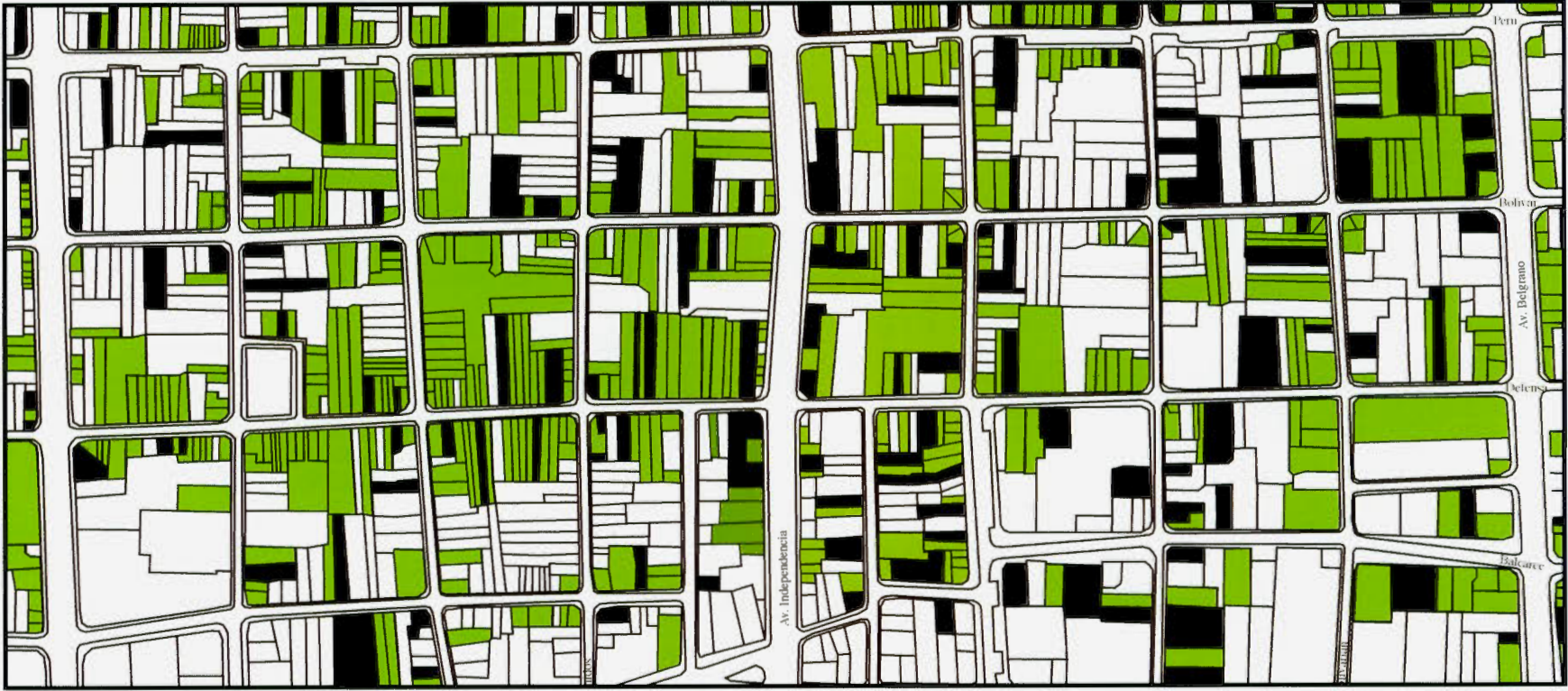


Fig. 4.93 Ouverture  
des commerces le  
mercredi



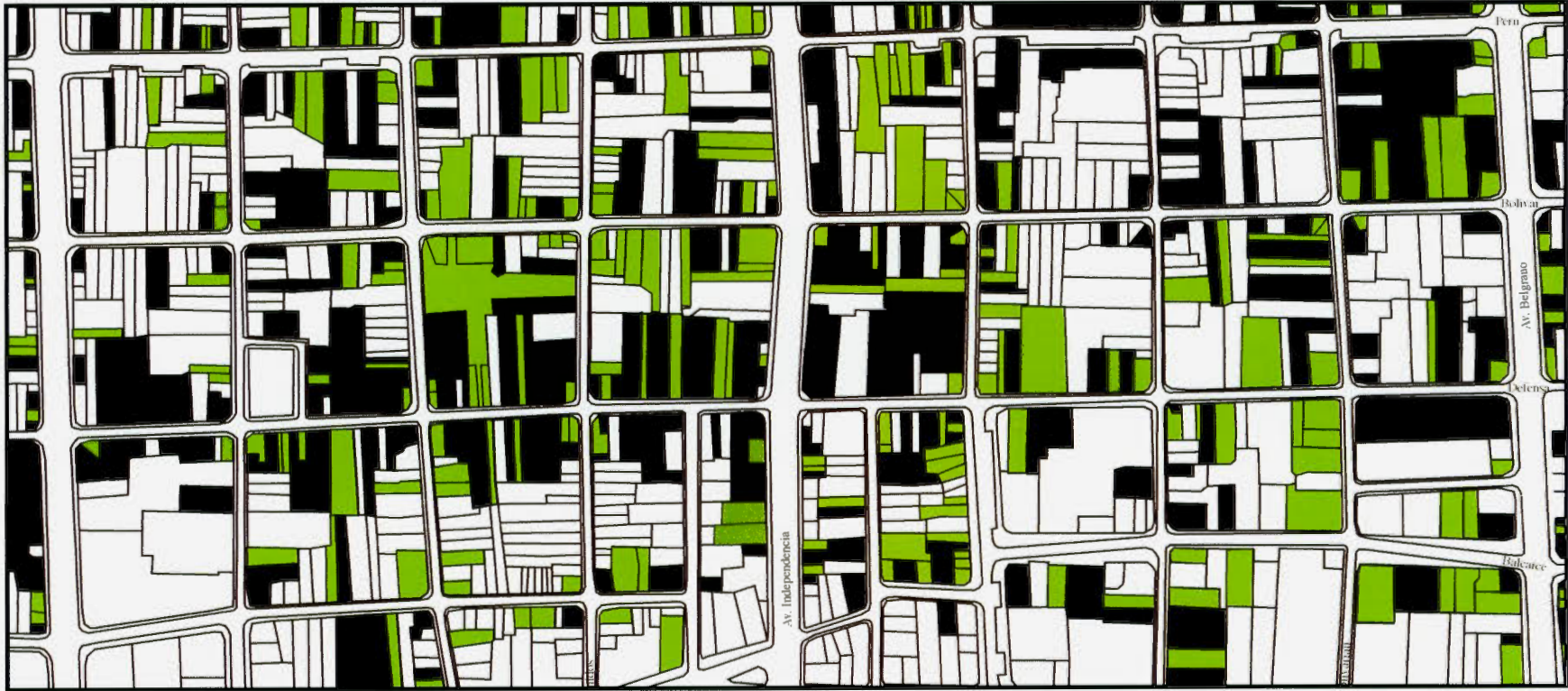
10h

65%  
des commerces  
sont ouverts



15h

87%  
des commerces  
sont ouverts



20h

39%  
des commerces  
sont ouverts



1h AM

5%  
des commerces  
sont ouverts

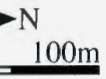




Fig 4.94 Ouverture  
des commerces, le  
vendredi

10h

65%  
des commerces  
sont ouverts

15h

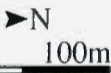
88%  
des commerces  
sont ouverts

20h

40%  
des commerces  
sont ouverts

1h AM

7%  
des commerces  
sont ouverts





Ainsi, dans le cas de San Telmo, le tourisme ne constitue que partiellement un outil pour la diversification des temporalités. Certaines zones sont plus animées en raison de sa présence, dans le secteur de la rue Chile par exemple, mais la forte présence commerciale sur la rue Defensa, également associée au tourisme, contribue en contrepartie à diminuer l'étalement des temporalités. Autrement, le quartier connaît des modèles d'animation temporelle analogues à la plupart des autres quartiers de la ville; à l'exception du dimanche. La *feria* change radicalement le visage de San Telmo et le contraste est saisissant entre les autres quartiers de Buenos Aires, presque déserts le dimanche, et la rue Defensa bondée de gens. Cette animation ponctuelle est certainement attribuable en bonne partie au tourisme. Nous avons vu également comment la situation géographique de la métropole fait en sorte de diminuer les saisonnalités, la ville accueillant pratiquement un nombre égal de gens tout au long de l'année (Fig. 4.84). Les pratiques touristiques, de façon générale, contribuent donc à la diversification des temporalités.

#### 4.5 Synthèse : les effets des pratiques touristiques sur la qualité urbaine dans San Telmo

L'effet du tourisme sur le quartier de San Telmo demeure, sur le plan strictement théorique de la qualité urbaine, relativement positif. L'analyse formelle nous a par exemple montré la qualité plus forte de certains opérateurs dans les secteurs investis par le tourisme, principalement sud-est, et l'amélioration qu'il a apportée par son développement progressif vers l'ouest. En fait, ces deux zones constituent les seules où les taux de vacance demeurent acceptables et où les façades sont transparentes une bonne partie de la journée et de la semaine. La *feria* crée également une seconde façade qui dynamise le parcours de la rue Defensa et de certaines rues perpendiculaires. Si certaines infrastructures à vocation touristique sont mal intégrées, l'effet global des pratiques touristiques minimise cet aspect négatif et leurs répercussions sur la diversité formelle sont généralement positives.



L'analyse fonctionnelle nous a par ailleurs montré la présence de trois zones distinctes. D'une part le secteur d'affaires au nord, évoluant en continuité avec le centre des affaires, qui présente une qualité urbaine faible; le secteur local dans l'axe de la rue Peru qui présente une offre commerciale axée vers le résident; puis le secteur touristique, autour des circuits développés par les autorités. Ces deux derniers secteurs tendent cependant à se dissoudre et les touristes sont de plus en plus présents dans la partie ouest, alors que les autres usagers sont aussi nombreux dans la partie est. On observe ainsi une concentration de restaurants et de commerces axés vers le visiteur dans la rue Defensa, diminuant la diversité fonctionnelle en cet axe. En général cependant, l'effet n'est pas complètement négatif puisque l'achalandage touristique généré dans la partie ouest contribue à une forme de consolidation, voire diversification de l'offre commerciale.

Il y a d'ailleurs une mixité d'usagers dans cet axe qui contribue à créer une ambiance différente, plus tranquille, alors que la partie est est plus animée par les pratiques touristiques plus concentrées. La présence des visiteurs contribue notamment à l'animation de la Plaza Dorrego, par ses nombreuses terrasses et spectacles, mais également des rues Defensa et Chile sur toute leur longueur. Dans le secteur local, le tourisme, en plus faible nombre, contribue à la diversité des usagers et à l'achalandage commercial, mais leur nombre limité fait en sorte que l'usage dominant demeure celui fait par les résidents. Le quartier donne ainsi l'impression d'être beaucoup plus approprié et présente une saveur locale plus forte. Il crée ainsi une ambiance complètement différente, plus «authentique». L'enchevêtrement des différents usages, principalement sur la rue Defensa où les trois polarités identifiées se chevauchent, génère cependant quelques conflits de cohabitation, principalement dans le secteur touristique où les pratiques touristiques sont particulièrement concentrées et intenses.

Ces ambiances et usages sont par ailleurs relativement stables dans le temps. En semaine par exemple, l'achalandage y est relativement égal en tout temps et en tous lieux, alors que le dimanche, la *feria* accueille un grand nombre de visiteurs et accentue les ambiances observées en semaine dans le secteur touristique. Les quelques bars et clubs dans le quartier contribuent notamment à l'animation nocturne, et les nombreux restaurants prolongent l'animation en soirée. Les pratiques touristiques contribuent ainsi fortement au maintien de cette offre dans le quartier et par conséquent à l'étalement des temporalités. À noter également que la faible saisonnalité des pratiques touristiques, à Buenos Aires, ne cause pas de périodes creuses comme c'est le cas dans d'autres villes.

*Tableau 4.2 – Synthèse de l'analyse des effets des pratiques touristiques sur la qualité urbaine dans San Telmo*

	<b>Portrait global</b>	<b>+ ou -</b>	<b>Impact des pratiques touristiques</b>
<i><b>Diversité formelle</b></i>	Taux de vacance élevé Perméabilité assez bonne	+ + + + -	Diminution du taux de vacance Augmentation de la densité commerciale Augmentation de l'occupation du domaine public (terrasses) Création d'une seconde façade ( <i>feria</i> ) Infrastructures touristiques mal intégrées (musées, institutions, etc.)
<i><b>Diversité fonctionnelle</b></i>	Forte polarisation : d'affaires, locale et touristique	+/- - -	Achalandage touristique certain dans le secteur local Augmentation du nombre de chaînes Diminution du nombre de commerces de proximité dans le secteur touristique
<i><b>Diversité des usages et des ambiances</b></i>	Forte polarisation : d'affaires, locale et touristique	+/- +/- -/+ -	Dissolution vers les différents secteurs Augmentation de l'achalandage Donne un caractère festif à certaines zones Parfois source de conflits
<i><b>Diversité des temporalités</b></i>	Animation assez répartie	+ + +/- +/- -	Faible saisonnalité Animation le dimanche Augmentation des restaurants dans l'axe Bolivar Présence de bars et clubs Concentration commerciale sur la rue Defensa, horaire de jours

Le développement du tourisme dans San Telmo a donc globalement permis une amélioration de la qualité urbaine. Les zones où il s'est développé sont aujourd'hui beaucoup plus intéressantes et sécuritaires. Par contre, une concentration un peu trop forte de ce développement dans la partie est diminue l'intérêt et la qualité urbaine



pour les résidents puisque les commerces, notamment, sont surtout orientés vers les visiteurs. Ainsi, à la lumière de cette analyse, on peut avancer que le type de pratiques touristiques s'intéressant à ces espaces plus esthétisés, mis en scène, n'améliore pas la qualité urbaine du secteur, la moitié des visiteurs auraient des pratiques touristiques de ce type. L'autre moitié serait par contre plus bénéfique puisqu'ils quitteraient les circuits traditionnels et leurs pratiques se confondent davantage avec celles des autres usagers. Leur présence aide ainsi à améliorer les diversités fonctionnelles, d'usages, d'ambiances et de temporalités. Il faudrait donc privilégier l'attraction de ce type de visiteurs et favoriser la dilution, dans le temps et dans l'espace, des pratiques touristiques.

En terminant, on peut aussi se questionner sur les façons de mettre en tourisme les quartiers. Dans le cas de San Telmo, ce développement s'est fait sans l'accord des résidents, voire au détriment de centaine de personnes qui ont été chassées. Les impacts du développement touristique ne sont pas non plus pris en compte, ce qui nous donne à penser à une forme de gentrification touristique orchestrée, dont la finalité ultime serait de revamper le quartier pour les visiteurs, du moins sur ses aspects bâtis. On peut donc étudier avec succès la qualité urbaine à l'aide des quatre opérateurs utilisés, mais un aspect demeure manquant, celui de la prise en compte du volet social dans les projets de développement. Théoriquement, la diversité des usages couvre bien cet aspect, mais en réalité certains usages ne semblent pas les bienvenus.

## **CHAPITRE V**

### **LE VIEUX-MONTRÉAL ET SAN TELMO : DIFFÉRENCES ET SIMILITUDES**

Ce chapitre vise à mettre en commun les résultats de l'analyse des deux quartiers d'étude pour comprendre comment les pratiques touristiques diffèrent, et comment les deux stratégies de mises en tourisme sont perçues par les visiteurs. Il vise aussi à faire un lien avec la littérature et comparer nos constats avec ceux identifiés ailleurs. La première section vise donc à répondre à la première question : 1) Quels sont les effets des pratiques touristiques sur la qualité urbaine? Pour ce faire, nous reprendrons un à un les quatre opérateurs de la qualité urbaine en comparant les deux quartiers.

La deuxième section, mettant en commun les données des questionnaires, nous permet de mieux comprendre les pratiques touristiques dans les quartiers à l'étude et ainsi répondre à la deuxième question : 2) Dans quelle mesure les stratégies de mise en tourisme orientent-elles les pratiques touristiques? Nous constaterons alors que les pratiques dans les quartiers mis en tourisme ne correspondent pas toujours aux stratégies des acteurs publics. Nous verrons dans un premier temps les éléments de similitudes, puis les différences entre les deux quartiers afin de mieux comprendre, ultimement, le lien entre pratiques touristiques, mise en tourisme et qualité urbaine.

#### **5.1 Pratiques touristiques : une contribution notoire à la qualité urbaine**

Globalement, les pratiques touristiques ont des effets importants sur les milieux urbains, tant positifs que négatifs. Il s'agit d'une assertion connue avant même le début de la recherche, mais qui méritait d'être validée formellement avec le cadre

théorique retenu, lequel n'avait jamais été vérifié empiriquement. Nous reprendrons un à un les quatre opérateurs de la qualité urbaine pour présenter les constats des effets des pratiques touristiques sur les milieux urbains.

#### 5.1.1 Diversité formelle : amélioration du cadre bâti et augmentation de la densité commerciale

Les deux quartiers à l'étude, le Vieux-Montréal et San Telmo, ont fait l'objet de nombreux projets de revitalisation au cours des dernières décennies. La volonté de développer ces secteurs abandonnés et désertés, combinés à la nécessité de développer l'économie, constituent les deux motifs principaux ayant guidé la mise en tourisme des deux quartiers. Les résultats de la recherche ont montré une qualité formelle très élevée dans les deux quartiers à l'étude, et l'effet des pratiques touristiques combiné aux stratégies de mise en tourisme, de patrimonialisation et de revitalisation y sont pour beaucoup. La densité commerciale observée dans les deux quartiers, à tout le moins sur les artères principales, a permis de mettre en place des «yeux sur la rue» et accentuer le sentiment de sécurité (Jacobs, 1961). Les environnements sont par conséquent marchables (Montgomery, 1998), car rythmés par le dynamisme des façades (Gehl, Kaefer et Reigstad, 2006; Dovey et Symons, 2014). De plus, cette qualité formelle est particulièrement élevée dans les deux secteurs touristiques : les abords de la Place Jacques-Cartier dans un cas, et le circuit Plaza Dorrego – Defensa dans l'autre. À noter également le rôle des acteurs publics qui, dans les stratégies de mise en tourisme telles la patrimonialisation et la revitalisation, ont influencé positivement ces transformations par des interventions concrètes sur la ville.

En contrepartie, l'implantation d'infrastructures et d'équipements à vocation touristique a diminué, dans certains cas, la qualité formelle. Les programmes architecturaux, nécessitant souvent de vastes superficies, nuisent à cette ouverture sur la rue et augmentent le nombre de façades mornes et aveugles.



Malgré cette augmentation et amélioration des interfaces entre les espaces publics et privés engendrées par la présence des pratiques touristiques, cette qualité s'en trouve altérée par les variations temporelles importantes. En effet, les variations saisonnières observées dans le Vieux-Montréal font en sorte que les façades sont fermées, voire placardées, plusieurs semaines par année. Si ce paramètre ne relève pas de la diversité formelle, il l'influence néanmoins puisque ces variations dans le temps ferment les façades sur l'espace public. Généralement cependant, les pratiques touristiques ont une influence positive sur cet opérateur.

#### 5.1.2 Diversité fonctionnelle : diversification et concentration de l'offre commerciale

La diversité fonctionnelle réfère principalement à la mixité des fonctions urbaines (Jacobs, 1961). L'objectif poursuivi est de favoriser l'animation en continu dans le quartier et surtout de proposer une offre complète de produits et services dans un rayon de marche raisonnable (Montgomery, 1998). L'intensification des fonctions a aussi comme effet d'augmenter les potentialités urbaines et de favoriser l'animation du milieu (Da Cunha et Kaiser, 2009). Pour mesurer la qualité de cet opérateur, nous avons recensé l'ensemble des rez-de-chaussée commerciaux des quartiers à l'étude.

Dans le cas du Vieux-Montréal, on se rend compte que les pratiques touristiques et la polarisation de celles-ci ont mené à une forte concentration de commerces axés vers les visiteurs. C'est le cas par exemple des restaurants, débits de boisson, galeries d'art et boutiques souvenirs. Certains chercheurs n'hésiteraient pas à qualifier ce phénomène d'enclave touristique notamment en raison de l'absence d'intérêt pour un résident de la ville de se rendre dans ce quartier à d'autres fins que consommer des produits dits touristiques (Judd et Fainstein, 1999; Zukin, 1999). Ces commerces contribuent certes à l'animation en haute saison touristique, mais ne servent pas réellement dans le quotidien des autres usagers. Les potentialités commerciales et urbaines en sont diminuées (Da Cunha et Kaiser, 2009) et les résidents, notamment, doivent quitter le quartier pour se procurer des biens pourtant de base comme de la

nourriture. En ce sens, les pratiques touristiques, et surtout leur concentration dans l'espace, nuisent à la diversité fonctionnelle. Il faut toutefois souligner les efforts de la ville depuis trois décennies pour diversifier les fonctions du Vieux-Montréal (Ville de Montréal, 2013). Le nombre de résidents a augmenté considérablement suite à ces mesures – passant de 555 en 1976 à 3500 en 2011 –, mais les effets de ces habitants supplémentaires sont malgré tout toujours peu visibles.

Le portrait dans San Telmo est plus mitigé, mais renforce le constat soulevé dans le Vieux-Montréal. Les pratiques touristiques y sont en effet plus diffuses, ce qui fait en sorte qu'on retrouve des biens courants en périphérie rapprochée des circuits touristiques. La cohabitation des fonctions touristiques et résidentielles, sur le plan commercial, n'est donc pas impossible. Il y a certes un nombre important de restaurants et commerces destinés aux visiteurs dans San Telmo, mais leur présence est plus diffuse et surtout, les visiteurs tendent à sortir des éléments mis en tourisme. Les commerces utilisés par les résidents en bénéficient ainsi également, car l'achalandage commercial est accru. Les potentialités sont donc améliorées à la fois pour les visiteurs qui ont accès à des commerces de biens et services courants, que pour les autres usagers qui voient leur offre augmenter par l'apport considérable d'usagers externes et de clients potentiels.

En somme, ce qui nuit à la qualité fonctionnelle dans les quartiers mis en tourisme, c'est la forte concentration des pratiques touristiques. L'offre tourne autour de produits et services destinés en priorité aux visiteurs, ayant pour effet d'altérer l'identité locale du quartier. En effet, les commerces courants contribueraient à dégager une identité forte alors que l'offre touristique uniformise les quartiers à travers le monde (Zukin, 2010; 1998; Fainstein, Hoffman et Judd, 2003). Par contre, si les risques d'induire une forme d'urbanité mondialisée par le commerce dans les zones touristiques sont vertement critiqués dans la littérature, cette menace ne s'est avérée que partiellement dans les quartiers à l'étude et dans les deux cas, l'offre

demeure riche et unique, à quelques exceptions près. Elle ne profite toutefois que très peu aux autres usagers vu leur concentration importante et fait ainsi diminuer la mixité commerciale. L'impact des pratiques touristiques en matière de diversité fonctionnelle est donc potentiellement négatif, tout dépend de la concentration et de l'intensité de la mise en tourisme.

### 5.1.3 Diversité des usages et des ambiances : entre gain d'achalandage et surcharge

Les usages et ambiances constituent les éléments immatériels des quartiers, en d'autres mots ce qui s'en dégage. Lussault et Stock (2007) soulignent d'ailleurs le potentiel qu'offrent les pratiques touristiques à générer de l'urbanité dans les quartiers. S'il est vrai que dans les deux cas à l'étude les pratiques touristiques jouent un rôle d'importance, la mise en garde de Nahrath et Stock (2012 : 11) s'avère par ailleurs fondée : «les pratiques touristiques sont productrices et utilisatrices d'urbanité, mais peuvent engendrer la destruction de celle-ci [...] [lorsque] les fonctions urbaines classiques sont temporairement ou définitivement sacrifiées au profit de leur mise en tourisme». Le cas du Vieux-Montréal est particulièrement probant à cet égard.

La dimension festive et les atmosphères relâchées du quartier historique montréalais ont pour effet de créer une ambiance ludique et un rythme différent, voire en rupture avec le reste de la ville. Les amuseurs publics, les musiciens et les vendeurs sont autant d'acteurs qui animent l'espace et créent une ambiance de «parc d'attractions». Si le quartier n'a rien à voir avec Disney, il s'apparente à ce que Zukin (1999) qualifie de zone «disneyifiée». La concentration importante de visiteurs contribue d'ailleurs, dans certains cas, à accentuer les nuisances, notamment sonores (Robert et Turner, 2005). Encore une fois, c'est surtout la concentration et le type de pratiques touristiques qui est en cause, et non pas la pratique touristique générale en soi.

Car dans le cas de San Telmo, la situation est plus acceptable. Le caractère plus diffus et le type de pratiques touristiques diminuent leurs effets de nuisance. Certes la *feria*



dominicaine est perçue comme fort nuisible par les résidents en raison de l'afflux important de visiteurs, mais la situation en semaine n'est pas aussi dramatique. Les pratiques touristiques sont plus apparentées à celles des habitants et elles se fondent davantage, d'autant que le nombre de résidents y est lui aussi plus important.

Si la qualité de l'offre touristique urbaine se définit beaucoup par la densité, notamment d'activités et de commerces (Duhamel, 2007; Law, 1992), la surcharge est toutefois à proscrire. Les pratiques touristiques qui se confondent dans la vie quotidienne des résidents sont beaucoup plus positives et diminuent les conflits éventuels, en plus d'enrichir potentiellement la vie des autres usagers (Kadri et Pilette, 2011; Law, 1992). On peut alors retrouver des ambiances et usagers qui cohabitent mieux et qui s'enrichissent mutuellement.

#### 5.1.4 Diversité des temporalités : entre rythmes quotidiens et saisonniers

Cette concentration spatiale est d'autant plus nuisible lorsqu'elle s'effectue aussi dans un temps lui aussi concentré. C'est le cas par exemple du Vieux-Montréal qui connaît un afflux important et concentré de visiteurs entre les mois de mai et octobre. Les variations sont donc très importantes et se répercutent sur la vie urbaine. Près de 20% des commerces modifient leurs horaires, engendrant ainsi une fermeture prolongée des façades et la création d'une atmosphère froide (Dovey et Symons, 2014). Malgré une forme d'agencement entre les fonctions urbaines (Jacobs, 1961; Montgomery, 1998), notamment de commerces de détail de jour qui cèdent la place aux restaurants de soir puis aux bars de nuit, l'animation en période hivernale est très faible, principalement dans la partie est où se concentre une proportion importante des commerces à vocation touristique. C'est principalement en raison de cette forte saisonnalité que l'animation dans le Vieux-Montréal varie beaucoup. Il faut dire également que la majorité des établissements qui modifient leur horaire d'ouverture, ou ferme leur porte, se concentrent autour de la Place Jacques-Cartier. Si les pratiques

touristiques et les stratégies de mise en tourisme étaient plus diffuses, l'effet de cette saisonnalité serait par ailleurs possiblement minimisé.

Il y a d'ailleurs un potentiel d'amélioration important, notamment en matière de gestion de pointe, car il est vrai qu'en période estivale, l'aménagement des horaires dans le Vieux-Montréal s'apparente à ceux d'une ville sur vingt-quatre heures. De plus, la centralité touristique du quartier amène effectivement un prolongement des heures d'ouverture par rapport au reste de la ville (Bianchini et Greed, 1999). On observe un peu la même chose dans San Telmo où les commerces sont ouverts le dimanche, contrairement aux autres quartiers de Buenos Aires. Cet étalement des horaires profite donc à l'ensemble des citoyens (Mallet, 2014).

En contrepartie, l'absence de variations saisonnières importantes dans San Telmo fait en sorte que le tourisme a un effet plus positif, car étalé, et évite d'avoir de vastes façades dépourvues d'animation commerciale plusieurs semaines par année. L'animation par l'activité urbaine est donc toujours présente, et les pratiques touristiques viennent s'y ajouter. Celles-ci peuvent donc être bénéfiques pour l'amélioration des temporalités, dans la mesure où elles ne sont pas concentrées dans le temps.

À noter que les stratégies festives mises de l'avant dans le Vieux-Montréal contribuent en partie à minimiser les pointes. On observe une multiplication des événements en période hivernale qui vise à attirer des gens et animer le quartier. Si ces mesures fonctionnent de manière ponctuelle, elles ne règlent cependant pas les problèmes de mixité fonctionnelle et de complémentarité temporelle des fonctions tel qu'identifiées précédemment.

#### 5.1.5 Tension entre mise en tourisme et qualité urbaine

Les stratégies et processus de mise en tourisme des deux quartiers diffèrent passablement, mais se recoupent en ce qu'elles se basent toutes deux sur le

patrimoine. Par contre, dans le cas du Vieux-Montréal, la mise en scène historique apparaît beaucoup plus intensive, et c'est d'ailleurs ce que les visiteurs recherchent. Évaluons ainsi, au regard des résultats de recherche et de la littérature, les effets de ces mises en tourisme sur la qualité urbaine.

#### 5.1.5.1 Entre mise en tourisme et esthétisation

Les auteurs sont nombreux à pointer les risques de dérives associés à la mise en tourisme des quartiers. Gravari-Barbas (1998) parle de l'esthétisation des quartiers pour minimiser l'altérité, alors que d'autres parlent de la création d'enclaves touristiques, nettoyées de leurs imperfections (Fainstein et Judd, 1999). Le cas du Vieux-Montréal se rapproche encore une fois de ce genre de développement, mais n'a rien à voir avec les quartiers libérés de toutes les imperfections. Les procédés de mise en tourisme ont certes été plus intenses et ont fait en sorte de donner, dans certains cas, une allure magnifiée à certains aspects du quartier, mais il a su préserver son caractère urbain.

Or, l'altérité est tellement réduite que moins de 10% des répondants avaient l'impression de visiter un quartier montréalais. Cette faible proportion est probablement due à la présence importante et concentrée de pratiques touristiques qui donnent l'impression d'en faire un quartier touristique (Lucas, 2014), et c'est effectivement l'impression qu'ont la moitié (47%) des répondants. De plus, la signalisation et la mise en valeur du patrimoine est également pensée en fonction du visiteur afin de créer un parcours et orienter sa visite : on indique aux gens où regarder et où se situent les attractions à voir (Urry, 1990/2002). Les stratégies de mise en tourisme des années soixante et soixante-dix ont donc très bien fonctionné, mais les efforts de diversification entamés depuis ne semblent toutefois pas porter leur fruit pour l'instant, du moins en matière de perception des visiteurs.



San Telmo connaît une réalité similaire. L'installation de vastes terrasses sur la Plaza Dorrego, notamment, a mené à une privatisation importante de l'espace qui rend impossible son utilisation à d'autres fins. L'éviction de nombreux résidents qui ne cadraient pas dans la vision idyllique des élus fait aussi partie de ce processus de diminution d'altérité. Dans les deux cas, on ne peut affirmer qu'on a à faire avec des quartiers complètement «disneyifiés», mais les stratégies de mise en tourisme y tendent ou y ont tendu (Fainstein et Judd, 1999; Zukin, 1999).

Tableau 5.1 – Synthèse des effets des pratiques touristiques sur la qualité urbaine

		<b>Vieux-Montréal</b>		<b>San Telmo</b>
<b><i>Diversité formelle</i></b>	+	Diminution du taux de vacance	+	Diminution du taux de vacance
	+	Augmentation de la densité commerciale	+	Augmentation de la densité commerciale
	+	Augmentation de l'occupation du domaine public (terrasses)	+	Augmentation de l'occupation du domaine public (terrasses)
	-	Infrastructures touristiques mal intégrées (musées, institutions, etc.)	+	Création d'une seconde façade ( <i>feria</i> )
			-	Infrastructures touristiques mal intégrées (musées, institutions, etc.)
<b><i>Diversité fonctionnelle</i></b>	-	Achalandage touristique concentré	+	Achalandage touristique certain dans le secteur local
	-	Concentration de commerces axés vers le visiteur	-	Augmentation du nombre de chaînes
	-	Diminution du nombre de commerces de proximité dans le secteur touristique	-	Diminution du nombre de commerces de proximité dans le secteur touristique
<b><i>Diversité des usages et des ambiances</i></b>	+	Achalandage touristique certain dans la partie ouest	+	Dissolution vers les différents secteurs
	+	Augmentation de l'achalandage	+	Augmentation de l'achalandage
	+	Donne un caractère festif à certaines zones	-	Donne un caractère festif à certaines zones
	-	Génère beaucoup de trafic	-	Parfois source de conflits
	-	Usages parfois incompatibles avec le quotidien d'autrui		
<b><i>Diversité des temporalités</i></b>	-	Forte saisonnalité	+	Faible saisonnalité
	+	Aucune variation selon les jours de la semaine l'été	+	Animation le dimanche
	+	Présence de bars et clubs	+	Augmentation des restaurants dans l'axe Bolívar
	+	Concentration commerciale sur la rue Saint-Paul, horaire de jours	+	Présence de bars et clubs
	-	Certains secteurs sont déserts hors pointe	-	Concentration commerciale sur la rue Defensa, horaire de jours

Les effets des pratiques touristiques sur la qualité urbaine sont donc nombreux et dépendent surtout de l'envergure de la mise en tourisme qui est effectuée. Nos analyses nous ont montré qu'on pouvait effectivement faire des parallèles avec la littérature, mais elles amènent surtout des nuances importantes. Les stratégies de développement mises de l'avant dans les deux quartiers n'ont pas eu les mêmes répercussions dans l'espace malgré des similitudes importantes entre les deux démarches. La prochaine section nous permet de mieux expliquer ces différences en étudiant les pratiques touristiques qui prennent place dans les quartiers. On se rendra compte que les gens ne cherchent pas nécessairement la même chose et c'est ce qui explique la différence entre le Vieux-Montréal et San Telmo.

## 5.2 Les pratiques touristiques dans les deux quartiers

Les questionnaires administrés aux visiteurs nous ont permis de mesurer un grand nombre d'indicateurs. Si certaines réponses sont communes aux deux quartiers, des différences importantes émergent et, tel que mentionné, nous orientent dans la compréhension des différences observées dans l'espace. Les visiteurs de San Telmo semblent par exemple avoir des critères d'hébergement, des préférences alimentaires et un choix d'activité qui diffèrent des répondants du Vieux-Montréal. Ils auraient également une propension plus forte à s'informer sur la destination avant de se rendre en un lieu et, généralement, ont un intérêt plus grand envers les quartiers et le milieu urbain visités.

En contrepartie, les motifs de voyage et les façons de voyager ne diffèrent pas de façon importante. C'est plutôt le rapport au lieu qui présenterait des différences plus fortes. Nous présenterons dans un premier temps les éléments de similitudes entre les répondants des deux quartiers, puis dresserons le portrait des différences pour comprendre comment ces pratiques se répercutent dans l'espace et viennent confirmer les constats dressés à la partie précédente.



### 5.2.1 Éléments de similitudes : motifs et comportements

De nombreuses études ont montré les différences dans les types de visiteurs et éventuellement des pratiques touristiques, notamment par l'analyse des motifs de voyage (Uriely, 2005; Wickens, 2002). Pourtant, sur cette question précise on observe sensiblement les mêmes résultats dans les deux quartiers. On constate en effet qu'une majorité de gens voyage pour découvrir de nouvelles cultures, peu importe le lieu de provenance des répondants. Si cet élément ressort fortement dans le cas du Vieux-Montréal, il est très légèrement plus élevé pour les répondants de San Telmo. Ces derniers sont également plus nombreux à vouloir se changer les idées. En fait, puisqu'il s'agissait d'une question à réponses multiples, on se rend compte que les gens dans San Telmo ont été plus nombreux à cocher plusieurs cases et ne voyagent donc pas dans un but unique. C'est ce qui explique que les proportions sont systématiquement plus fortes pour toutes les catégories dans San Telmo.

*Tableau 5.2 – Motifs de voyage des répondants du Vieux-Montréal et de San Telmo*

<b>Motifs du voyage*</b>	<b>Vieux-Montréal</b>	<b>San Telmo</b>
Voyage pour se changer les idées	15,6%	19,7%
Voyage pour partager des moments avec les proches	24,7%	26,3%
Voyage pour rencontrer de nouvelles personnes	14,3%	14,5%
Voyage pour découvrir de nouvelles cultures	76,6%	80,3%

\*réponses multiples

Ces motifs se traduisent aussi en comportement et en pratiques spatiales qui sont très similaires entre les deux destinations : une certaine proportion des visiteurs demeure dans les circuits touristiques alors qu'une autre quitte pour visiter les secteurs limitrophes. Ainsi, dans les deux cas la majorité des répondants dit se promener partout, et un peu plus du quart dit se balader en fonction des attractions. Les proportions sont pratiquement égales dans les deux quartiers, alors qu'on pensait

avoir observé davantage de gens à l'extérieur des circuits touristiques dans le cas de San Telmo. La superficie hors zone touristique du Vieux-Montréal fait probablement en sorte que la présence des visiteurs est plus diffuse et donc moins remarquable.

*Tableau 5.3 – Comportement en voyage des répondants du Vieux-Montréal et de San Telmo*

<b>Comportement en voyage*</b>	<b>Vieux-Montréal</b>	<b>San Telmo</b>
Fuis les touristes	9,1%	9,2%
Se promène partout	63,6%	64,5%
Reste en des lieux sécuritaires	16,9%	15,8%
Se balade en fonction des attractions	28,6%	26,3%

\*réponses multiples

On se souvient que la stratégie de mise en tourisme du Vieux-Montréal repose surtout sur la mise en valeur du patrimoine bâti et du domaine public. Des projets ont été menés au cours des ans pour illuminer, signaler et rénover les bâtiments d'intérêt. Dans le cas de San Telmo, c'est plutôt des circuits qui constituent la base de la stratégie de mise en tourisme, et l'aménagement de l'espace public dans une moindre mesure. Autour de la Plaza Dorrego on a mis en place un domaine public unique, alors que les rues Balcarce et Chile accueillent des circuits thématiques sur le tango et le personnage de Mafalda. Il est toutefois intéressant de voir que, malgré ces différences importantes dans la façon de mettre en valeur les quartiers, les schèmes spatiaux de découverte demeurent les mêmes. Bien que des études plus approfondies soient nécessaires pour rendre ce constat statistiquement valable, il confirme et renforce en partie nos observations.

Ainsi, plus de 40% demeurent dans les endroits mis en valeur et où on leur signale ce qu'ils peuvent voir, 10% se baladent littéralement partout, et 50% se promènent autour ou en n'accordant pas d'importance réelle aux circuits touristiques. Nous

verrons dans la prochaine partie que, malgré des manières de découvrir *a priori* analogues, des différences importantes existent quant à ce qui est recherché.

### 5.2.2 Éléments de divergence : la quête du lieu

La première différence majeure est celle de l'impression ou du sentiment des répondants lorsqu'ils sont en voyage. Ainsi, si le motif prédépart est majoritairement la découverte de nouvelles cultures, il suscite une impression qui diverge de manière importante en fonction des deux destinations à l'étude. On se rend compte en effet que près de la moitié des répondants de San Telmo a l'impression de se construire à travers cette découverte, alors que dans le Vieux-Montréal seul un tiers des répondants affirme la même chose. Pour ces derniers, il s'agit donc de profiter de la vie au maximum et de prendre une pause. Cet élément est probablement attribuable à la durée des séjours. Dans le cas de Montréal, les répondants restaient en moyenne 5,7 jours dans la métropole québécoise, alors qu'à Buenos Aires la durée moyenne était plutôt de 9,8 jours. Les courts séjours, souvent d'une fin de semaine, permettent surtout de prendre une pause du quotidien, de changer de la routine sans réellement s'imprégner d'une culture, alors qu'un voyage en Amérique latine, du moins pour les Occidentaux, de par l'envergure des distances à parcourir, fait souvent partie d'un circuit de plus longue durée et multi destination.

*Tableau 5.4 – Impression lorsqu'en voyage des répondants du Vieux-Montréal et de San Telmo*

<b>Impression lorsqu'en voyage*</b>	<b>Vieux-Montréal</b>	<b>San Telmo</b>
Impression de prendre une pause	39,0%	23,7%
Impression de se construire	33,8%	48,7%
Impression de vivre pleinement	41,6%	43,4%
Impression de fuir le quotidien	15,6%	32,9%

\*réponses multiples



À cet effet, plus de 72% des répondants de San Telmo disent visiter un autre lieu que Buenos Aires en Amérique latine, alors que dans le cas de Montréal, seuls 25% disent se rendre ailleurs en Amérique du Nord. La métropole québécoise constitue ainsi une destination d'appel d'envergure, alors que Buenos Aires joue principalement un rôle de porte d'entrée du pays, voir du sous-continent américain.

Les répondants de San Telmo semblent aussi beaucoup plus intéressés par la culture locale. En matière de restauration par exemple, plus de la moitié disent rechercher systématiquement les plats typiques. Cette proportion est aussi importante dans le cas du Vieux-Montréal, mais la recommandation de quelqu'un, le concierge de l'hôtel par exemple, semble avoir plus de poids.

*Tableau 5.5 – Critères de choix d'un restaurant en voyage des répondants du Vieux-Montréal et de San Telmo*

<b>Choix du restaurant*</b>	<b>Vieux-Montréal</b>	<b>San Telmo</b>
Celui offrant des plats connus	14,3%	11,8%
Celui offrant des plats typiques	39,0%	51,3%
Celui recommandé par quelqu'un	50,6%	52,6%
Autre	6,5%	1,3%

\*réponses multiples

Dans le même ordre d'idée, le niveau d'apprentissage de la culture locale avant le départ est beaucoup plus fort dans le cas de San Telmo. Malgré la proportion similaire de gens disant voyager pour découvrir de nouvelles cultures, on se rend compte que le comportement pré départ diffère. En effet, près du tiers des répondants en Argentine disent s'informer beaucoup sur la culture et la politique de la destination visitée, alors qu'ils ne sont que 15% dans le Vieux-Montréal. En contrepartie, 13% des répondants du Vieux-Montréal ne s'informent pas du tout, alors qu'ils ne sont que 4% dans San Telmo. Cette réalité reflète en partie la section précédente et traduit un intérêt plus grand des visiteurs de Buenos Aires à comprendre la culture et à s'en

imprégner. Elle est aussi reliée à la plus forte propension des visiteurs à vouloir prendre une pause à Montréal, et en contrepartie, à ceux disant avoir l'impression de se construire dans San Telmo.

*Tableau 5.6 – Apprentissage de la culture et de la politique à propos de la destination avant le départ des répondants du Vieux-Montréal et de San Telmo*

<b>Apprentissage de la culture et de la politique avant le départ</b>	<b>Vieux-Montréal</b>	<b>San Telmo</b>
S'informe beaucoup	15,6%	27,6%
S'informe un peu	71,4%	68,4%
Ne s'informe pas du tout	13,0%	3,9%

Cette volonté de comprendre la destination se répercute aussi dans le choix des lieux d'hébergement, et surtout dans la compréhension du milieu urbain dans lequel il s'insère. Par exemple, dans le cas montréalais, 22% des répondants ignoraient le nom du quartier dans lequel ils logeaient, alors qu'ils n'étaient que 6,5% dans le cas de San Telmo. Ces résultats concordent avec la précédente question quant à l'intérêt de s'informer sur la destination. Ils concordent aussi avec l'indifférence de près de 15% des répondants du Vieux-Montréal quant au quartier où est situé leur hébergement.

*Tableau 5.7 – Critères de localisation du lieu d'hébergement des répondants du Vieux-Montréal et de San Telmo*

<b>Choix de la localisation du lieu d'hébergement*</b>	<b>Vieux-Montréal</b>	<b>San Telmo</b>
Près du centre	61,0%	63,2%
Près des attractions touristiques	20,8%	22,4%
N'importe quel quartier	15,6%	9,2%
Autre	3,9%	2,6%

\*réponses multiples

Dans le même ordre d'idées, nous avons demandé aux répondants s'ils tentaient de rencontrer des résidents locaux au cours de leur voyage, sans spécifier la nature de la

relation et la méthode de rencontre. Dans 92% des cas, les répondants de San Telmo disent vouloir entrer en contact avec des habitants de la ville alors que cette proportion n'est que de 62% dans le cas de Montréal. Ce constat renforce l'idée d'un détachement entre la destination et les visiteurs.

*Tableau 5.8 – Tentatives de rencontre d'habitants du lieu visité des répondants du Vieux-Montréal et de San Telmo*

<b>Rencontre avec des habitants durant le séjour</b>	<b>Vieux-Montréal</b>	<b>San Telmo</b>
Essaie de rencontrer des habitants de la ville	62,7%	92,1%
N'essaie pas de rencontrer des habitants de la ville	37,3%	6,6%

Si le type de partenaire de voyage varie beaucoup selon les deux quartiers, il peut par ailleurs expliquer en partie cette différence. Dans le cas du Vieux-Montréal, près de 50% des gens disent voyager en couple, alors que seulement 5% des répondants voyagent seuls. Dans San Telmo, la plus forte proportion des gens voyage entre amis, alors qu'un quart voyage seul et un quart voyage en couple. Il est beaucoup plus difficile de rencontrer des gens lorsque l'on voyage accompagné, ne serait-ce que dans les lieux d'hébergement ou sur la voie publique.

*Tableau 5.9 – Entourage au cours de ce voyage des répondants du Vieux-Montréal et de San Telmo*

<b>Voyage avec*</b>	<b>Vieux-Montréal</b>	<b>San Telmo</b>
Seul	5,6%	24,1%
Entre amis	23,9%	34,2%
En couple	50,7%	25,3%
En famille	19,7%	16,5%
TOTAL	100,0%	100,0%

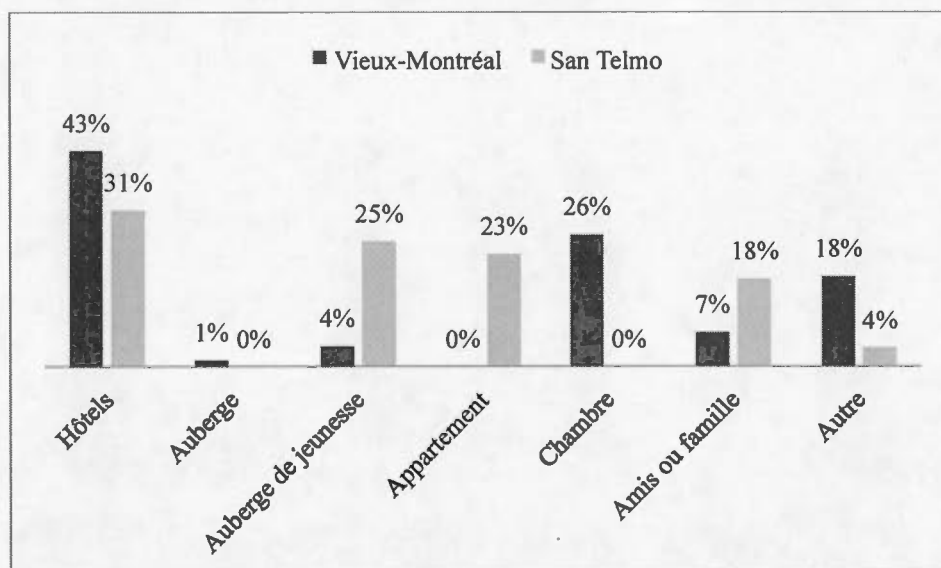
\*réponses multiples

Cette volonté de rencontrer des habitants de la ville visitée et la façon de voyager peuvent par ailleurs être associées au type d'hébergement choisi. Dans le cas du



Vieux-Montréal, la proportion de répondants logeant en hôtel est plus forte. Le fait que les gens voyagent en couple peut expliquer cette réalité. Par ailleurs, l'auberge de jeunesse est beaucoup plus populaire dans San Telmo. D'abord, car il s'agit d'une façon de rencontrer des gens, et d'autre part, car il permet de loger à moindre coût. Les voyages en Amérique latine étant souvent de longue durée, l'aspect financier devient plus important.

*Figure 5.1 – Répartition des catégories d'hébergement des répondants, réponses multiples*

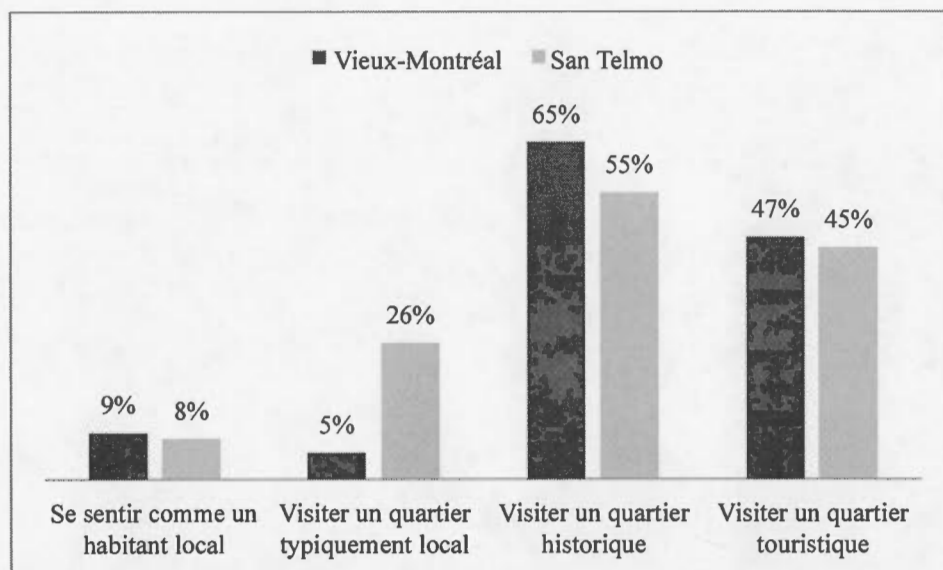


À noter également que la catégorie «chambre dans un appartement loué» est privilégiée par plus du quart des répondants du Vieux-Montréal. La catégorie «Autre» occupe une place assez importante puisqu'une forte proportion de gens disent loger avec Airbnb, et non pas dans un appartement loué. Il s'agit d'un résultat intrigant puisque Airbnb n'est en réalité qu'une plateforme de location d'appartement et non pas un type d'hébergement précis; des recherches approfondies pourraient être menées à cet égard. Par ailleurs un certain nombre disait aussi loger avec *couchsurfing* dénotant une volonté de découvrir, voire vivre, la culture locale. Ces

données expliquent aussi la proportion plus faible de gens disant prendre leur repas du soir au restaurant (80,5% pour le Vieux-Montréal contre 62% pour San Telmo). Les types d'hébergement privilégiés par les répondants de San Telmo sont plus susceptibles d'offrir une cuisine ou un équipement minimal pour préparer la nourriture. Ces données ont par ailleurs une incidence importante sur la qualité urbaine, notamment la diversité formelle, et concordent avec les observations menées dans les deux quartiers : si la proportion de restaurants est élevée dans San Telmo, la concentration est beaucoup plus forte dans le Vieux-Montréal. En effet, 26% des commerces recensés dans San Telmo étaient des établissements de restauration, contre 42% dans le Vieux-Montréal. Près de 38% des gens dans San Telmo disent en effet consommer dans les magasins réguliers, accentuant d'autant la clientèle pour les commerces de proximité.

Cette différence dans l'offre commerciale, et notamment l'omniprésence des lieux d'hébergement et des établissements de restauration, en d'autres mots de l'industrie touristique, semble teinter la perception qu'ont les gens du quartier. Si près de 65% des répondants du Vieux-Montréal ont l'impression de visiter un quartier historique, seuls 5% d'entre eux ont l'impression de visiter un quartier typiquement montréalais; et près de 47% des répondants affirment par ailleurs se sentir dans un quartier carrément touristique. Dans San Telmo le portrait est plus mitigé et plus du quart dit avoir l'impression de visiter un quartier typique de Buenos Aires. La présence d'activités quotidiennes et de réels résidents, en nombre relativement important, contribue probablement à accentuer cette impression.

Figure 5.2 – Impression lorsqu'en visite dans le Vieux-Montréal et dans San Telmo, réponses multiples



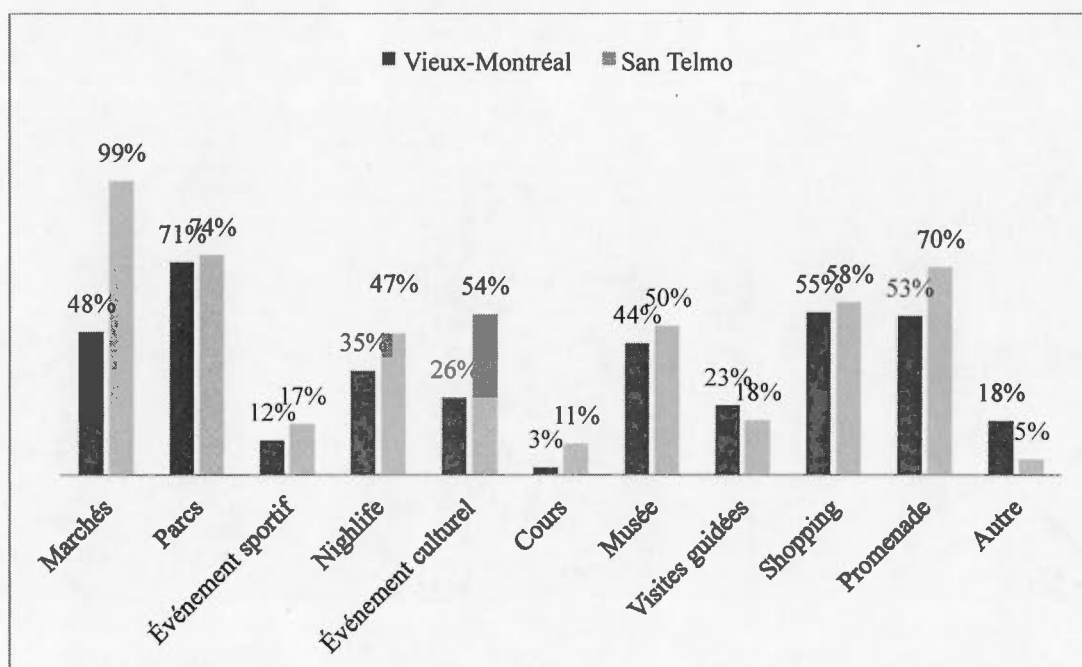
Les stratégies de mise en tourisme peuvent également expliquer cette différence notable. Le Vieux-Montréal a, dans certains secteurs, des apparences de ville muséifiée : les résidents sont peu visibles et le domaine public est mis en scène. Dans San Telmo, seuls quelques coins de rues bien choisis proposent ce type d'atmosphère. Il suffit de regarder dans les rues perpendiculaires pour voir le quotidien des gens et sortir de cet aspect figé, mis en scène. De plus, l'offre commerciale est plus diverse et moins orientée vers le visiteur, ce qui peut expliquer en partie la perception des répondants. À noter cependant que les deux quartiers ont une proportion équivalente de gens disant se sentir dans un quartier touristique.

En matière d'activités et d'attractions, les deux cas à l'étude présentent un certain nombre de différences importantes. D'abord – rien de surprenant puisque les questionnaires dans San Telmo ont été administrés au cours d'une *feria* – près de la totalité des répondants dit visiter des marchés. À Montréal cette proportion chute à 50%, ce qui correspond en réalité à l'offre touristique respective des deux villes. Les



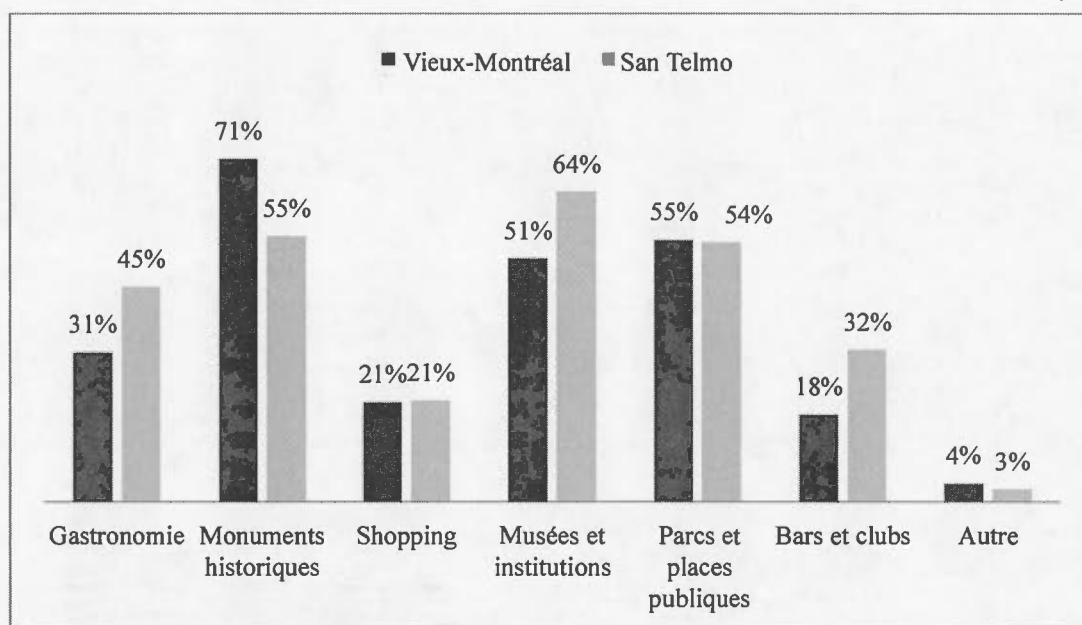
marchés publics sont d'ailleurs situés hors circuit et malgré une importante promotion de Tourisme Montréal, se rendre aux marchés Jean-Talon, Atwater et Maisonneuve nécessite un trajet de plus longue durée et ne constitue pas une priorité pour bien des gens. On dénote par ailleurs certaines similarités, notamment la propension à visiter des parcs, des musées et à magasiner. La faible proportion de gens disant prendre part à un évènement culturel à Montréal est cependant assez surprenante. La ville est en effet renommée pour ses festivals et offre de nombreux évènements gratuits tout au long de l'été dans un périmètre assez central et restreint; les visiteurs ne se rendraient donc pas nécessairement à Montréal pour cette raison. Étant donné le caractère exploratoire de l'étude, un échantillon plus élargi serait cependant nécessaire pour valider cette assertion.

*Figure 5.3 – Activités pratiquées au cours du séjour à Montréal et à Buenos Aires, réponses multiples*



On remarque aussi un intérêt plus marqué pour la ville elle-même et la vie urbaine qu'elle propose. En effet, près de 70% des répondants de Buenos Aires catégorisent la promenade comme l'une des activités pratiquées, alors que seulement 53% des gens du Vieux-Montréal en disent autant. D'un point de vue plus général, plus de 31% des répondants de San Telmo cherchent la vie nocturne, et plus de 44% les restaurants. Ces proportions sont importantes dans le Vieux-Montréal, mais beaucoup moins que dans le quartier historique de Buenos Aires. Elles dénotent un intérêt plus grand pour la vie quotidienne, les commerces de base d'une ville, plutôt que les éléments mis en tourisme.

*Figure 5.4 – Activités généralement recherchées en voyage, réponses multiples*



On se rend compte également que les visiteurs à Montréal sont plus intéressés par l'histoire et les attraits publics, les monuments notamment, alors que les répondants de Buenos Aires sont plus nombreux à rechercher des éléments de divertissement. L'âge moyen plus faible des répondants, et des visiteurs de façon générale dans San Telmo, peut certes expliquer une partie de cette réponse, mais les motivations

différentes des répondants peuvent aussi expliquer. Ces éléments de réponse correspondent d'ailleurs aux stratégies de mise en tourisme et dénotent une certaine adéquation entre les deux. C'est-à-dire que les activités proposées et consommées, voire recherchées, par les répondants du Vieux-Montréal relèvent davantage de la contemplation, de la mise en scène, alors que les répondants de San Telmo cherchent davantage à prendre part à la vie quotidienne. En fait, les éléments de réponses des répondants devraient remettre en question les choix des décideurs de recréer le quartier historique muséifié tel qu'ils ont entrepris de le faire depuis trois décennies puisque les répondants ne semblent pas réceptifs à ce genre de stratégie. Ce qui en fait un élément apprécié, c'est certainement la faible envergure du circuit actuellement proposé.

Finalement, nous avons demandé aux répondants comment ils se considéraient : touriste ou voyageur. Malgré les divergences apparentes, notamment en matière d'intérêt envers le lieu et ce qu'il a à offrir, les proportions sont relativement similaires. Ainsi, 33% des répondants du Vieux-Montréal disent se considérer touristes, alors qu'ils sont plutôt 27% dans San Telmo. La différence est minimale, mais concorde tout de même avec les résultats obtenus aux questions précédentes. À noter également que cette question ne comportait aucune mise en contexte et visait à prendre le pouls. Beaucoup de gens laissaient d'ailleurs montrer un sourire ou un visage d'incompréhension lorsqu'ils en arrivaient à cette dernière question.

*Tableau 5.10 – Voyageur ou touriste, répondants du Vieux-Montréal et de San Telmo*

<b>Voyageurs ou touristes?</b>	<b>Vieux-Montréal</b>	<b>San Telmo</b>
Touristes	32,4%	27,4%
Voyageurs	63,5%	69,9%
Les deux	4,1%	2,7%



Ce portrait exploratoire nous montre que les répondants de San Telmo sont beaucoup plus intéressés par la culture locale et recherchent davantage ce que la ville a à leur offrir. Les visiteurs du Vieux-Montréal sont surtout en quête de divertissement et voyagent pour passer du temps avec leur proche et l'effet de ces pratiques sur la ville concorde avec les observations et constats établis aux chapitres précédents. Les pratiques touristiques dans San Telmo sont plus bénéfiques pour les autres usagers, notamment en ce qu'elles s'intéressent à la culture locale plutôt qu'aux éléments de mise en tourisme. Les visiteurs sont aussi plus nombreux à utiliser les commerces de proximité à Buenos Aires, notamment en raison des types d'hébergement qui diffèrent de façon considérable.

La perception des visiteurs est généralement positive pour les deux quartiers. Leur impression des quartiers diffère toutefois considérablement et nous renseigne quant à la réussite de la mise en tourisme des deux quartiers. Les répondants sont en effet beaucoup plus nombreux à se sentir dans un quartier typique à Buenos Aires qu'à Montréal. La mise en scène historique du Vieux-Montréal apparaît plus réussie que dans San Telmo puisque près de 65% des répondants se sentent dans un quartier historique, contre 55% pour San Telmo. Dans les deux cas cependant, près de la moitié dit se sentir dans un quartier touristique. Cette perception n'est pas nécessairement négative, mais confirme que l'industrie touristique, et les pratiques touristiques, sont bel et bien visibles au point où les visiteurs en sont conscients. En fait, les perceptions semblent concorder avec les stratégies de mise en tourisme élaborée depuis des décennies, mais surtout avec ce que les gens recherchent. Une majorité des répondants du Vieux-Montréal veulent voir, lorsqu'ils voyagent, des monuments historiques, et c'est qu'on leur offre. En revanche, les répondants de San Telmo recherchent surtout des attraits culturels et des mets typiques et c'est ce qu'ils y retrouvent. L'offre commerciale beaucoup plus diversifiée de San Telmo correspond aussi aux pratiques beaucoup plus éclatées des visiteurs, alors que le Vieux-Montréal offre pratiquement des services à un profil de clientèle unique.

Il semble par ailleurs que San Telmo a préservé un aspect plus *porteño* et offre des éléments qui lui donnent un aspect de vie de quartier plus fort, bien que mitigé. Le Vieux-Montréal offre un aspect et une atmosphère tellement différente du reste de la ville que peu de visiteurs semblent avoir l'impression de connaître Montréal lorsqu'ils visitent son quartier historique. Cette distanciation du milieu urbain local constitue d'ailleurs un indicateur potentiel de pratiques et de mise en tourisme trop extensives qui mériteraient d'être repensées.

### 5.2.3 Tension entre mise en tourisme et pratiques touristiques

Les pratiques des visiteurs de San Telmo seraient donc plus près de celles des résidents et leur intérêt marqué pour les éléments culturels et urbains locaux contribuerait à améliorer leur effet sur la qualité urbaine.

Les répondants du Vieux-Montréal auraient quant à eux des motifs et des préférences de voyage assez différentes. Ils sont par exemple plus nombreux à vouloir vivre des moments avec leur proche et à vouloir prendre une pause, ce qui fait en sorte qu'ils ont un usage plus ludique et récréatif de la ville. Leurs pratiques sont donc plus éloignées de celles des résidents et ont un impact moins positif sur la qualité urbaine.

Ces conclusions reprennent celles de Hunin et Novey (2006), c'est-à-dire que l'impact sur les quartiers diffère en fonction des pratiques, mais également des procédés de mise en tourisme. Ce que l'on se rend compte en réalité, c'est que les visiteurs du Vieux-Montréal correspondent davantage au profil que les acteurs du milieu veulent attirer, alors que ceux de San Telmo tendent à être intéressés par autre chose que ce qu'on leur offre. Les deux villes ont donc beaucoup à apprendre, dans le cas de Montréal à planifier autrement pour attirer ou modifier les effets des pratiques touristiques et pour faire en sorte qu'elles soient plus bénéfiques pour tous; et dans le cas de Buenos Aires, s'adapter aux pratiques réelles des visiteurs plutôt que s'obstiner à créer un quartier historique idyllique.

L'objectif de la recherche n'était pas de déterminer s'il existe bel et bien des profils de visiteurs sensibles à différents types de stratégies de mise en tourisme, mais une recherche ultérieure pourrait, à cet égard, jeter un éclairage important sur la question.

Notre objectif était plutôt de comprendre la tension entre les pratiques touristiques qui prennent place dans les quartiers, et celles planifiées. Si dans le cas du Vieux-Montréal la planification semble adaptée, la situation dans San Telmo est différente. Les visiteurs seraient beaucoup moins réceptifs à ce que les pouvoirs publics ont mis en place dans San Telmo puisqu'ils ne recherchent pas nécessairement un quartier muséifié, dépourvu de traits locaux. Au contraire, ils cherchent à s'imprégner de cette culture. Il y aurait donc un travail de recadrage du projet urbain touristique à faire dans le cas de San Telmo (Fig. 5.5).

Dans le cas du Vieux-Montréal, la mise en tourisme apparaît réussie et appréciée. Par contre, la concentration spatiale et temporelle nuit à la qualité urbaine, telle que présentée dans la partie précédente (Fig. 5.6). Les décideurs publics devraient donc poursuivre leur tentative de diversification entreprise depuis trois décennies.











## CONCLUSION

La recherche visait l'atteinte de trois objectifs. On voulait d'une part comprendre la tension entre les stratégies de mise en tourisme et les pratiques touristiques qui prennent réellement place dans les quartiers. On se rend compte que les pratiques diffèrent selon les quartiers, mais que ce n'est pas nécessairement lié aux stratégies des acteurs publics. En effet, malgré la mise en place de circuit et de lieux touristiques par la municipalité de Buenos Aires, le quartier de San Telmo accueille des pratiques touristiques très diversifiées et surtout diffuses, pas nécessairement autour de ces interventions de mises en tourisme. Hunin et Novy (2006) soulevaient le même constat : l'effet du tourisme sur les quartiers dépend des pratiques touristiques accueillies.

Nos hypothèses de base à cet effet ont d'ailleurs été validées. Nous avons eu recours pour ce faire à trois méthodes : les relevés terrain, l'observation et le questionnaire. Cette démarche nous a permis de voir comment les pratiques touristiques dans San Telmo diffèrent de celles documentées dans le Vieux-Montréal et ont un impact plus positif sur la qualité urbaine. Le fait qu'elles soient plus diffuses, dans le temps et dans l'espace, explique notamment ce caractère plus positif. De plus, les répondants de San Telmo ont un intérêt plus fort pour la ville elle-même et ce qu'elle a à offrir. Dans le cas de Montréal, les constats sont différents. Les gens se rendent surtout dans la métropole québécoise pour relaxer. Leur rapport à la ville est donc moins important et le type de pratique documenté est plus éloigné des pratiques des autres usagers. Le type d'hébergement, surtout en hôtel, favorise surtout les restaurants et n'aident pas à la survie des commerces de proximité, comme c'est le cas dans San Telmo.

Notre dernier et principal objectif visait à comprendre globalement les effets des pratiques touristiques sur la qualité urbaine. Pour ce faire, nous avons mobilisé le



concept de l'intensité urbaine de Da Cunha et Kaiser (2009) qui nous a permis d'étudier à la fois les paramètres matériels et immatériels des quartiers du Vieux-Montréal et de San Telmo. L'étude de la diversité formelle, par l'analyse des rez-de-chaussée commerciaux, nous a montré que la présence de pratiques touristiques, et éventuellement de l'industrie, améliore ce paramètre de la qualité urbaine (Jacobs, 1961). En revanche, la concentration souvent très forte de pratiques touristiques, souvent autour des lieux mis en tourisme, mène à une proportion importante de commerces qui ne servent pas aux autres usagers, entraînant un impact négatif sur la diversité fonctionnelle (Da Cunha et Kaiser, 2009). Bien qu'ils jouent un rôle dans l'animation du quartier, ils diminuent les potentialités commerciales pour tous, tant au niveau fonctionnel que temporel. Ce constat est particulièrement valable pour le Vieux-Montréal. On se rend compte en effet que l'offre commerciale dans certains secteurs du quartier historique, surtout dans la partie est, est beaucoup plus orientée vers le visiteur, rendant par conséquent l'offre du quartier inutile et inadaptée pour les autres usagers (Fox Gotham, 2005).

En matière de diversité d'ambiances et d'usages, la présence de pratiques touristiques marque l'espace de manière importante, notamment en ajoutant à l'achalandage du quartier. Certains usages diffèrent cependant de ceux des résidents et génèrent parfois une ambiance plus festive qui peut engendrer des nuisances pour les autres usagers, notamment nocturnes (Roberts et Turner, 2005). Par contre, dans le cas de San Telmo, on se rend compte que les usages sont plus rapprochés de ceux des autres usagers, et les visiteurs utilisent davantage les commerces courants. Ils permettent donc un enrichissement de l'offre.

On constate également que l'ambiance de la partie est du Vieux-Montréal est très festive quelques mois par année, alors que l'animation devient pratiquement inexistante le reste de l'année. C'est dans cette optique que les pouvoirs publics et privés ont mis en place certaines temporalités festives. Sans cette animation

ponctuelle en période hivernale, le quartier peinerait à s'activer en dehors des heures d'ouverture des commerces (Pradel, 2010; Gravaris-Barbas, 2007). Le problème est donc minimisé, mais il y a tout de même des plages horaires importantes pendant lesquelles l'animation est faible. La forte saisonnalité de l'industrie touristique montréalaise explique en bonne partie ce constat.

Cependant, on se rend compte que, globalement, les pratiques touristiques peuvent effectivement aider à l'amélioration de la qualité urbaine. La mise en tourisme dans la Vieux-Montréal a toutefois mené à la création d'une zone où les activités sont très – voire trop – concentrées. Dans San Telmo, la mise en tourisme est plus diffuse et la présence de visiteurs moins visibles, malgré l'existence de certains circuits. La principale différence entre les deux demeure toutefois le type de pratiques touristiques. Les visiteurs du Vieux-Montréal ont tendance à demeurer dans les secteurs mis en tourisme par les acteurs, alors que ceux de San Telmo ne s'en contentent pas. Dans le premier cas les pratiques sont façonnées par les stratégies de mise en tourisme, alors que dans le second les pratiques invalident ou limitent l'efficacité des stratégies déployées par les acteurs.

En somme, les résultats de cette recherche nous montrent comment la planification urbaine orientée vers le tourisme peut mener à des dérives. Tout ce qui a été avancé en réalité c'est qu'une mise en tourisme trop intense, comme c'est en partie observable dans le Vieux-Montréal, nuit à la qualité urbaine. Dans ce cas, les opérateurs, en l'occurrence les agents qui façonnent la ville, sont fortement orientés vers le développement du tourisme. La concentration spatiale et temporelle des activités, l'esthétisation et le «nettoyage» à outrance des imperfections, fait en sorte que l'attrait – l'intérêt – de la ville disparaît, ou plutôt est tronqué pour en faire une vitrine. Dans l'un des premiers ouvrages sur le tourisme urbain publié en français, Cazes et Pothier (1996) disaient plutôt que le tourisme, comme industrie, ne devrait

pas constituer l'unique moteur de développement des quartiers, mais bien un catalyseur. Il conviendrait de revenir à ce principe de base.

L'attrait devrait être la ville elle-même, ses parcs, ses interactions et sa vie culturelle et sociale intense (Duhamel, 2007; Fainstein et Gladstone, 2004). C'est à partir du moment où on planifie pour le visiteur que les pratiques deviennent abondantes et concentrées, et nuisent par conséquent à l'attrait initial. Les touristes constituent des usagers importants de la vie et de l'économie urbaine, mais ils ne sont pas, ou ne devraient être des usagers exclusifs. L'objectif des interventions devrait plutôt être de conforter les pratiques touristiques plutôt que de les façonner. En voulant faire de nos villes des vitrines sur la scène internationale, en contrôlant ce qui doit être vue par les visiteurs et investisseurs, on tue l'essence même de la ville.

Il est toutefois possible de planifier pour le visiteur. Dans une perspective de croissance importante de l'industrie touristique dans les prochaines années (OMT, 2014), il apparaît d'ailleurs prioritaire de le faire. Il faut toutefois tenir compte des conclusions de cette recherche et éviter de rendre des quartiers entiers dépendants de l'activité touristique. De plus, et c'est l'une des limites de cette recherche, le point de vue social devrait être davantage pris en compte dans les développements. Certaines stratégies employées dans San Telmo, comme le fait de chasser des familles démunies pour éviter qu'elles ne soient vues par les visiteurs, nous apparaissent inacceptables (Zunino Singh, 2007). La notion de projet urbain et de développement touristique dans les villes doit donc être revue et revenir aux principes de base de la qualité urbaine en focalisant peut-être davantage sur des paramètres importants et suscitant souvent beaucoup de débats : la cohabitation et la mixité des activités.

Les développements touristiques devraient par ailleurs s'inspirer des nouvelles tendances en aménagement du territoire et être appréhendés dans une perspective multipolaire plutôt que radioconcentrique (Ananian, 2014b). L'offre touristique métropolitaine pourrait ainsi être planifiée à la manière d'un réseau avec différentes



polarités plus diffuses, plutôt qu'autour d'une forte concentration en un endroit. Buenos Aires est assez exemplaire en la matière, mais les projets mis en place récemment sont en contradiction avec cet état de faits, alors que dans le Vieux-Montréal on tente de développer le réseau touristique depuis plusieurs décennies et de diversifier l'offre du quartier historique pour en faire un quartier vibrant et habité.

La prise en compte d'un opérateur strictement social aurait été d'une envergure trop grande pour la présente recherche mais permettrait de mieux comprendre les mécanismes de production des stratégies de mises en tourisme et les conflits qui en découlent. L'objectif était de comprendre l'effet des pratiques touristiques et à ce niveau, le cadre théorique permet des avancées théoriques importantes. Par contre, si l'on voulait brosser un portrait complet de la qualité urbaine des quartiers, l'opérateur social devrait être intégré afin de comprendre comment les rapports sociaux et les jeux d'acteurs interviennent sur chacun des opérateurs pris en compte dans le cadre de cette recherche, et non pas uniquement le rôle des pratiques touristiques.

Cette recherche s'intéressait aux effets locaux du processus de mise en tourisme et des pratiques touristiques. La qualité urbaine est une façon innovante d'appréhender le tourisme urbain et surtout de lier ces questions à celles du développement urbain. Elle permet de prendre en compte des paramètres divers aussi bien tangibles qu'intangibles.

## **ANNEXE 1**

### **GRILLE D'ANALYSE DES COMMERCES**

## Grille d'analyse des commerces

### Les effets du tourisme sur la qualité urbaine

Été-Automne 2014 et Hiver 2015

Nom du chercheur \_\_\_\_\_  
Date de la collecte \_\_\_\_\_  
Quartier à l'étude \_\_\_\_\_

[illegible]



## **ANNEXE 2**

### **PLAN D'OBSERVATION DU VIEUX-MONTRÉAL**







## **ANNEXE 3**

### **PLAN D'OBSERVATION DE SAN TELMO**



Av. San Juan

Humberto I

Calvo-Carlos

Estados Unidos

Paseo Colon Av.



Peru

Bolivar

Av. Belgrano

Defensa

Balcarse

Chile

Mexico

Republica Bolivarian



## **ANNEXE 4**

### **QUESTIONNAIRE EN FRANÇAIS**

### Questionnaire

Le tourisme urbain et ses effets sur la qualité urbaine - Recherche menée par Paul R. Dorion

Vous êtes libre d'interrompre en **tous temps et sans justification**

Vous êtes **libre de ne pas répondre** à certaines questions

## 1. Montréal et le Vieux-Montréal

### 1.1 Avez-vous, ou allez-vous, visiter d'autres endroits au Québec ou au Canada?

☐ Oui ☐ Non, Montréal est ma seule destination

### 1.2 Depuis combien de temps êtes-vous à Montréal?

\_\_\_\_ jour(s)

### 1.3 Quelle est la durée totale de votre séjour à Montréal?

\_\_\_\_ jour(s)

### 1.4 Vous voyagez

☐ Seul ☐ Entre amis ☐ En couple ☐ En famille ☐ Autre : \_\_\_\_\_

### 1.5 Dans quel quartier est situé votre hébergement?

☐ Vieux-Montréal ☐ Centre-Ville ☐ Quartier des spectacles  
☐ Quartier latin ☐ Village gay ☐ Plateau Mont-Royal  
☐ Rosemont-Petite-Patrie ☐ Villeray - Saint-Michel - Parc Extension ☐ Mile End  
☐ Hochelaga-Maisonneuve ☐ Griffintown ☐ Autre: \_\_\_\_\_  
☐ Ne sais pas

### 1.6 De quel type d'hébergement s'agit-il?

☐ Hôtel ☐ Auberge ☐ Auberge de jeunesse  
☐ Appartement loué ☐ Chambre dans un appartement loué ☐ Amis ou famille  
☐ Autre : \_\_\_\_\_

### 1.7 Quelles activités avez-vous faites, ou comptez-vous faire, au cours de votre séjour?

☐ Marchés (Jean-Talon, Atwater, etc.) ☐ Parcs (Mont-Royal, Lafontaine, etc.)  
☐ Évènement sportif (F1, Impact etc.) ☐ Nightlife  
☐ Évènement culturel (Spectacles, festivals, etc.) ☐ Cours (Langue, danse etc.)  
☐ Musée (Beaux-arts, contemporain, histoire etc.) ☐ Visites guidées  
☐ Shopping ☐ Aucune de ces réponses  
☐ Promenade ☐ Autre: \_\_\_\_\_

**1.8 Quel moyen de transport utilisez-vous principalement à Montréal?**

☐ Marche    ☐ Vélo    ☐ Auto    ☐ Transport collectif    ☐ Taxi

**1.9 Comment avez-vous organisé votre voyage à Montréal?**

☐ Seul(e)    ☐ Avec une agence    ☐ En ligne    ☐ Autre: \_\_\_\_\_

**1.10 Selon vous, le Vieux-Montréal est**

Laid	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	Beau
Ennuyeux	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	Vibrant
Normal	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	Culturellement riche

**1.11 En visitant le Vieux-Montréal vous avez l'impression de**

☐ Vivre à la montréalaise  
☐ Visiter un quartier typiquement québécois  
☐ Visiter un quartier historique  
☐ Visiter un quartier touristique

**1.12 Comment vous sentez-vous dans le Vieux-Montréal?**

☐ En sécurité    ☐ En danger    ☐ Relativement en sécurité

**1.13 Combien prévoyez-vous dépenser en biens ou souvenirs au cours de votre voyage?**

\_\_\_\_\_ US\$

**1.14 Combien dépensez-vous, en moyenne, par jour (repas, activités etc.)?**

\_\_\_\_\_ US\$

**2. Pratiques touristiques**

**2.1 Avant de partir, vous renseignez-vous sur l'histoire, la culture ou les réalités politiques du lieu visité?**

☐ Oui, beaucoup    ☐ Oui, un peu    ☐ Non, pas du tout

**2.2 Où prenez-vous le plus souvent, en voyage, votre repas du soir?**

☐ Vous cuisinez    ☐ Restaurant    ☐ Autre: \_\_\_\_\_

**2.3 Quand vous choisissez un restaurant, vous choisissez**

☐ Celui offrant des plats que vous connaissez    ☐ Celui offrant des plats typiques  
☐ Celui recommandé par quelqu'un    ☐ Autre: \_\_\_\_\_

**3.4 Quels critères utilisez-vous pour le choix d'un hébergement?**

☐ Le prix    ☐ Rapport qualité/prix  
☐ La qualité    ☐ Localisation  
☐ Autre: \_\_\_\_\_



### 3.5 Votre lieu d'hébergement doit être

- |  |  |
|--|--|
| <input type="checkbox"/> Près du centre          | <input type="checkbox"/> Près des attractions touristiques |
| <input type="checkbox"/> N'importe quel quartier | <input type="checkbox"/> Autre : _____                     |

### 3.6 Choisissez la phrase qui vous rejoint le plus

- |   |   |
|---|---|
| <input type="checkbox"/> Je voyage pour me changer les idées              | <input type="checkbox"/> Je voyage pour partager des moments avec mes proches |
| <input type="checkbox"/> Je voyage pour rencontrer de nouvelles personnes | <input type="checkbox"/> Je voyage pour découvrir de nouvelles cultures       |

### 3.7 Quand je voyage j'ai l'impression de

- |  |  |
|--|--|
| <input type="checkbox"/> Prendre une pause | <input type="checkbox"/> Me construire     |
| <input type="checkbox"/> Vivre pleinement  | <input type="checkbox"/> Fuir le quotidien |

### 3.8 Généralement

- |   |   |
|---|---|
| <input type="checkbox"/> Je fuis les touristes              | <input type="checkbox"/> Je me promène partout                    |
| <input type="checkbox"/> Je reste en des lieux sécuritaires | <input type="checkbox"/> Je me balade en fonction des attractions |

### 3.9 Lorsque vous visitez une ville, vous cherchez (2 options)

- |  |   |
|--|---|
| <input type="checkbox"/> Gastronomie               | <input type="checkbox"/> Monuments historiques      |
| <input type="checkbox"/> Shopping                  | <input type="checkbox"/> Les musées et institutions |
| <input type="checkbox"/> Parcs et places publiques | <input type="checkbox"/> Bars et clubs              |
| <input type="checkbox"/> Autre : _____             |   |

### 3.10 Vous voyagez

- |                                   |           |   |
|-----------------------------------|-----------|---|
| <input type="checkbox"/> Souvent  | <b>ET</b> | <input type="checkbox"/> Pour longtemps         |
| <input type="checkbox"/> Rarement |           | <input type="checkbox"/> Pour de courtes durées |

### 3.11 Cherchez-vous à rencontrer des habitants de la ville?

- |                              |                              |
|------------------------------|------------------------------|
| <input type="checkbox"/> Oui | <input type="checkbox"/> Non |
|------------------------------|------------------------------|

### 3.12 Le plus souvent quand je voyage c'est pour

- |  |                                       |
|--|---------------------------------------|
| <input type="checkbox"/> Le travail          | <input type="checkbox"/> La santé     |
| <input type="checkbox"/> Le plaisir          | <input type="checkbox"/> L'éducation  |
| <input type="checkbox"/> Visiter des proches | <input type="checkbox"/> Autre: _____ |

### 3.13 Généralement, faites-vous une/des visite(s) guidée(s)?

- |                              |                              |
|------------------------------|------------------------------|
| <input type="checkbox"/> Oui | <input type="checkbox"/> Non |
|------------------------------|------------------------------|

### 3.13 De quel type?

- |   |  |
|---|--|
| <input type="checkbox"/> Une marche de groupe | <input type="checkbox"/> L'autobus avec guide ou information audio |
| <input type="checkbox"/> Le guide local privé | <input type="checkbox"/> Autre: _____                              |

### 3. Pratiques quotidiennes

#### 3.1 Quel moyen de transport utilisez-vous pour vous rendre au travail?

☐ Marche    ☐ Vélo    ☐ Auto    ☐ Transport collectif    ☐ Taxi

#### 3.2 Combien de spectacle(s) (musique, théâtre, danse etc.) allez-vous voir par année?

☐ 0-2    ☐ 3-5    ☐ 6-10    ☐ 11-15    ☐ 16 et +

### 4. Profil sommaire

#### 4.1 Dans quel pays vivez-vous?

\_\_\_\_\_

#### 4.2 Quel est votre plus haut niveau de scolarité obtenu?

☐ Sans diplôme    ☐ Secondaire    ☐ Collégial    ☐ Baccalauréat (licence)  
☐ Maîtrise    ☐ Doctorat

#### 4.3 Quelle est votre occupation principale?

☐ Sans emploi    ☐ Étudiant    ☐ Travailleur    ☐ Retraité

#### 4.4 Si à l'emploi, quel poste occupez-vous?

\_\_\_\_\_

#### 4.5 Quel âge avez-vous?

☐ 18-25 ans    ☐ 26-30 ans    ☐ 31-35 ans    ☐ 36-40 ans    ☐ 41-45 ans  
☐ 46-50 ans    ☐ 51-55 ans    ☐ 56-60 ans    ☐ 61-65 ans    ☐ 65 ans et +

#### 4.6 Dans quel milieu habitez-vous?

☐ Ville (500 000 hab. +)    ☐ Banlieue ou ville de taille modeste    ☐ Région rurale

#### 4.7 Dans quelle tranche se situe votre revenu annuel personnel, avant impôt? (US\$)

☐ 0-9999\$    ☐ 10 000-25 000\$    ☐ 25 001-40 000\$  
☐ 40 001-65 000\$    ☐ 65 001-70 000\$    ☐ 70 001-85 000\$  
☐ 85 001\$ et +

#### 4.8 Êtes-vous

☐ Un homme    ☐ Une femme    ☐ Autre

#### 4.9 Vous considérez-vous comme voyageur ou touriste?

☐ Voyageur    ☐ Touriste    ☐ Autre: \_\_\_\_\_

## **ANNEXE 5**

### **QUESTIONNAIRE EN ANGLAIS**



**Questionnaire**

Urban tourism and its effects on urban quality -  
Research made by Paul R. Dorion

You are free to **stop whenever you want,**  
**without justification**

You are **free to skip** any questions

**1. Montreal and Old Montreal**

**1.1 In this current trip are you going to, or have you, visit(ed) other place(s) in Quebec or Canada?**

☐ Yes ☐ No, Montreal is my unique destination

**1.2 How long have you been in Montreal for?**

\_\_\_\_ day(s)

**1.3 How many days in total are you going to stay in Montreal?**

\_\_\_\_ day(s)

**1.4 You are travelling**

☐ Alone ☐ With friends ☐ In couple ☐ With family ☐ Other

**1.5 In which neighborhood is situated your lodging?**

☐ Old Montreal ☐ Downtown ☐ Quartier des spectacles  
☐ Latin quarter ☐ Gay Village ☐ Plateau Mont-Royal  
☐ Rosemont-Petite-Patrie ☐ Villeray - Saint-Michel - Parc Extension ☐ Mile End  
☐ Hochelaga-Maisonneuve ☐ Griffintown ☐ Other: \_\_\_\_\_  
☐ I don't know

**1.6 What type of lodging is it?**

☐ Hotel ☐ Inn ☐ Youth hostel  
☐ Rented apartment ☐ Room in a rented apartment ☐ Relative or friend  
☐ Other: \_\_\_\_\_

**1.7 Which activity have you done, or are planning to do, in this trip?**

☐ Markets (Jean Talon, Atwater etc.) ☐ Parks (Mount-Royal, Lafontaine, etc.)  
☐ Sporting event (F1, Soccer) etc.) ☐ Nightlife  
☐ Cultural event (Shows, festivals, etc.) ☐ Lessons (Languages, dance etc.)  
☐ Museum (Fine arts, contemporary, history etc.) ☐ Guided tour  
☐ Shopping ☐ None  
☐ Promenade ☐ Other: \_\_\_\_\_

**1.8 Which transportation mode are you using in Montreal?**

☐ Walk      ☐ Bike      ☐ Car      ☐ Public transport      ☐ Taxi

**1.9 How did you organize your trip in Montreal?**

☐ Alone      ☐ Travel agency      ☐ Web      ☐ Other: \_\_\_\_\_

**1.10 In your opinion, Old Montreal is**

Ugly	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	Beautiful
Boring	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	Vibrant
Normal	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	Culturally rich

**1.11 When you visit Old Montreal, you have the impression of**

☐ Living like a Montrealer  
☐ Visiting typically quebecer neighborhood  
☐ Visiting a historic neighborhood  
☐ Visiting a touristic neighborhood

**1.12 How do you feel in Old Montreal?**

☐ Safe      ☐ Unsafe      ☐ Relatively safe

**1.13 How much do you plan to spend, in this trip, for souvenirs?**

\_\_\_\_\_ US\$

**1.14 On average, how much do you spend per day? (breakfast, supper, activities etc.)**

\_\_\_\_\_ US\$

**2. Touristic practices**

**2.1 Before leaving on a trip, do you learn about history or politic of the country you are going to?**

☐ Yes, a lot      ☐ Yes, a little      ☐ No, not at all

**2.2 While travelling, where are you the most likely to eat dinner?**

☐ I cook      ☐ Restaurant      ☐ Other: \_\_\_\_\_

**2.3 When you are choosing a restaurant, you choose**

☐ The one the offer food that I know      ☐ The one offering typical food  
☐ The one recommended by someone

**2.4 According to which criterias do you choose your lodging?**

☐ The price      ☐ Quality/price  
☐ Quality      ☐ Location  
☐ Other: \_\_\_\_\_

## 2.5 Your lodging has to be

- ☐ Near the center  
☐ Any neighborhood

- ☐ Nearby tourists attractions  
☐ Other : \_\_\_\_\_

## 2.6 Choose the sentence that suits you best

- ☐ I travel to change my mind  
☐ I travel to meet new people

- ☐ I travel to live moment with my relatives  
☐ I travel to discover new cultures

## 2.7 When I travel, I have the impression that I

- ☐ I am taking a break  
☐ I live to the fullest

- ☐ I am building myself  
☐ I am fleeing daily life

## 2.8 Usually

- ☐ I usually flee tourists  
☐ I stay in safe places

- ☐ I walk everywhere  
☐ I am moving following attractions

## 2.9 When you visit a city, you are looking for

- ☐ Gastronomy  
☐ Shopping  
☐ Parks and places  
☐ Other : \_\_\_\_\_

- ☐ Historic monuments and landmarks  
☐ Museums and cultural activities  
☐ Bars and clubs

## 2.10 You travel

- ☐ Often **AND** ☐ For long periods of time  
☐ Rarely ☐ For short periods of time

## 2.11 Do you try to meet locals?

- ☐ Yes ☐ No

## 2.12 Which of the following is your main reason for travelling

- ☐ Work ☐ Health  
☐ Fun ☐ Education  
☐ Visit friends or relatives ☐ Other: \_\_\_\_\_

## 2.13 Do you usually take guided tours

- ☐ Yes ☐ No

### 2.13.1 If yes, what type?

- ☐ A group walk ☐ The city bus tour  
☐ A local private tour ☐ Other : \_\_\_\_\_



### 3. Daily life practices

#### 3.1 Which transportation mode do you use to go to work in your daily life?

☐ Walk ☐ Bike ☐ Car ☐ Public transport ☐ Taxi

#### 3.2 How many show(s) (music, theatre, dance etc.) do you see per year?

☐ 0-2 ☐ 3-5 ☐ 6-10 ☐ 11-15 ☐ 16 +

### 4. General profile

#### 4.1 Country of residence

\_\_\_\_\_

#### 4.2 What is your highest diploma obtained?

☐ None ☐ High school ☐ College  
☐ Master ☐ PhD

#### 4.3 What is your main occupation?

☐ No job ☐ Student ☐ Worker ☐ Retired

#### 4.4 If you are a worker, what is your position?

\_\_\_\_\_

#### 4.5 How old are you?

☐ 18-25 ☐ 26-30 ☐ 31-35 ☐ 36-40 ☐ 41-45 ans  
☐ 46-50 ☐ 51-55 ☐ 56-60 ☐ 61-65 ☐ 65 +

#### 4.6 Where do you live?

☐ City (500 000 inhab.+) ☐ Suburb or small city ☐ Rural region

#### 4.7 What is your annual income, before taxes? (US\$)

☐ 0-9999\$ ☐ 10 000-25 000\$ ☐ 25 001-40 000\$  
☐ 40 001-55 000\$ ☐ 55 001-70 000\$ ☐ 70 001-85 000\$  
☐ 85 001\$ +

#### 5.8 Are you

☐ A man ☐ A woman ☐ Other

#### 5.9 Do you consider yourself as a traveller or a tourist?

☐ Traveller ☐ Tourist ☐ Other : \_\_\_\_\_

## **ANNEXE 6**

### **QUESTIONNAIRE EN ESPAGNOL**

## 1. Montréal y Viejo Montréal

### 1.1 Visitó o visitara otros lugares de Québec o Canada ?

☐ Si ☐ No, Montréal es mi unico destino

### 1.2 Cuantos dias se va a quedar en Montréal?

\_\_\_\_\_ días(s)

### 1.3 Hace cuantos dias que esta en Montréal?

\_\_\_\_\_ días(s)

### 1.4 Usted viaja:

☐ Solo (a) ☐ Con amigos (as) ☐ Con novio (a) ☐ En familia ☐ Otro: \_\_\_\_\_

### 1.5 En qué barrio se esta hospedando?

<input type="checkbox"/> Viejo Montréal	<input type="checkbox"/> Centro	<input type="checkbox"/> Quartier des spectacles
<input type="checkbox"/> Barrio latino	<input type="checkbox"/> Barrio gay	<input type="checkbox"/> Plateau Mont-Royal
<input type="checkbox"/> Rosemont-Petite-Patrie	<input type="checkbox"/> Villeray - Saint-Michel - Parc Extension	<input type="checkbox"/> Mile End
<input type="checkbox"/> Hochelaga-Maisonneuve	<input type="checkbox"/> Griffintown	<input type="checkbox"/> Otro: _____
<input type="checkbox"/> No sé		

### 1.6 Qué tipo de establecimiento esta?

☐ Hotel ☐ Posada ☐ Hostal (youth hostel)

☐ Departamento alquilado/Pension ☐ Habitacion en un depto de alquiler

☐ En la casa de un conocido ☐ Otro: \_\_\_\_\_

### 1.7 Qué actividades hizo, o va a hacer, mientras esta en Montréal?

<input type="checkbox"/> Mercados (Jean-Talon, Atwater etc.)	<input type="checkbox"/> Parques (Mont-Royal, etc.)
<input type="checkbox"/> Evento de deportes (F1, Futbol, etc.)	<input type="checkbox"/> Nightlife
<input type="checkbox"/> Evento cultural (espectaculos, festivales, etc.)	<input type="checkbox"/> Cursos (de idiomas, de baila, etc.)
<input type="checkbox"/> Museos (Bella-artes, historia etc.)	<input type="checkbox"/> Visitas guiadas
<input type="checkbox"/> Shopping	<input type="checkbox"/> Ninguno
<input type="checkbox"/> Caminando por la ciudad	<input type="checkbox"/> Otro: _____

## Cuestionario

El turismo urbano y sus efectos sobre la calidad urbana - Investigacion por Paul Racette Dorion

Usted es libre de parar **en cualquier momento, sin justificación**

Usted es libre de **saltar cualquiera pregunta**



**1.8 Como situaria el Viejo Montreal en un escala de 1 a 10:**

Feo	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	Lindo
Aburrido	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	Interesante
No	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	Culturalmente rico

**1.9 Como se maneja en la ciudad?**

☐ Caminar    ☐ Bicicleta    ☐ Auto    ☐ Transporte publico    ☐ Taxi

**1.10 Como organizó el viaje a Montréal?**

☐ Usted solo    ☐ Agencia turistica    ☐ Web    ☐ Otro: \_\_\_\_\_

**1.11 Cuando visita el Viejo Montréal, tiene la impresión de**

- ☐ Sentirse un habitante de Montréal  
☐ Visitar un barrio tipico de Montréal  
☐ Visitar un barrio historico  
☐ Visitar un barrio turistico

**1.12 Qué le parece el barrio?**

☐ Seguro    ☐ Inseguro    ☐ Mas o menos

**1.13 Cuanto gasta en total, aproximadamente, en regalos, souvenirs etc.?**

\_\_\_\_\_ US\$

**1.14 Cuanto gasta en promedio por día, incluyen desayuno, cena,, actividades etc.?**

\_\_\_\_\_ US\$

**2. Practicas turisticas**

**2.1 Antes de viajar, busca y lee sobre la historia, la cultura y las realidades politicas del lugar?**

☐ Mucho    ☐ Poco    ☐ Nada

**2.2 Donde cena la mayor parte del tiempo cundo viaja?**

☐ Cocina    ☐ Restaurante    ☐ Otro: \_\_\_\_\_

**2.3 Cuando busca un restaurante en función del menú, elige**

- ☐ La comida que conozco    ☐ La comida tipica del lugar  
☐ La que otra persona ha recomendado    ☐ Otro: \_\_\_\_\_

**2.4 Qué criterios utiliza para elegir el alojamiento?**

- ☐ Por precio    ☐ Por precio y calidad  
☐ Calidad    ☐ Por ubicacion  
☐ Otro: \_\_\_\_\_

## 2.5 Su lugar de alojamiento debe ser

☐ Cerco del centro de la ciudad

☐ Cerca de los lugares turisticos

☐ Algun barrio

☐ Otro : \_\_\_\_\_

## 2.6 De la siguientes frases, en cual te identifica mas?

☐ Viajo para cambiar mis ideas

☐ Viajo para pasar tiempo de calidad con mis allegados

☐ Viajo para encontrar nuevas personas

☐ Viajo para descubrir nuevas culturas

## 2.7 Cuando viajo, tengo la impresión de

☐ Tomar una pausa de mi vida cotidiana

☐ Crecer como persona

☐ Vivir al maximo

☐ Salir de la rutina

## 2.8 Generalmente

☐ Huyo de los turistas

☐ Camino en todos los lugares

☐ Quedo en lugares seguros

☐ Voy para las atracciones

## 2.9 Cuando visita una ciudad, busca (2 opciones)

☐ Gastronomía

☐ Monumentos historicos

☐ Voy de comprar

☐ Museos y actividades culturales

☐ Cafés, bares y boliches

☐ Parques y plazas

☐ Otro : \_\_\_\_\_

## 2.10 Usted viaja

☐ Muy frecuentemente

☐ Mucho tiempo

**Y**

☐ Poco frecuentemente

☐ Poco tiempo

## 2.11 Cuando viaja se suele contactar con gente del lugar?

☐ Si

☐ No

## 2.12 La mayoría del tiempo cuando viaja es:

☐ Por trabajo

☐ Por salud

☐ Por placer

☐ Por educacion

☐ Por visitar amigos o familia

☐ Otro: \_\_\_\_\_

## 2.13 Suele tomar visitas guiadas cuando viaja?

☐ Si

☐ No

### 2.13.1 De qué tipo?

☐ Una caminata de grupo

☐ El citytour de la ciudad

☐ Un guía privado

☐ Otro : \_\_\_\_\_

### 3. Practicas cotidianas

#### 3.1 Que medio de transporte usa para ir al trabajo en su lugar de residencia?

☐ Caminar ☐ Bicicleta ☐ Auto ☐ Transporte publico ☐ Taxi

#### 3.2 Cuanto(s) espectáculo(s) (musica, teatro, baile etc.) vea por año?

☐ 0-2 ☐ 3-5 ☐ 6-10 ☐ 11-15 ☐ 16 +

### 4. Perfil

#### 4.1 En qué pais vive?

\_\_\_\_\_

#### 4.2 Cual es su nivel académico?

☐ Sin diploma ☐ Secundaria ☐ Colegio ☐ Licencia  
☐ Maestria ☐ Doctorado

#### 4.3 Cual es su ocupación principal?

☐ Sin trabajo ☐ Estudiante ☐ Trabajador ☐ Jubilado

#### 4.4 Si trabaja, cual es su puesto?

\_\_\_\_\_

#### 4.5 Qué edad tiene

☐ 18-25 ☐ 26-30 ☐ 31-35 ☐ 36-40 ☐ 41-45  
☐ 46-50 ☐ 51-55 ☐ 56-60 ☐ 61-65 ☐ 65 y +

#### 4.6 Cuanto gana al año aproximadamente? (US\$)

☐ 0-9999\$ ☐ 10 000-25 000\$ ☐ 25 001-40 000\$  
☐ 40 001-55 000\$ ☐ 55 001-70 000\$ ☐ 70 001-85 000\$  
☐ 85 001\$ y +

#### 4.7 Donde reside actualmente?

☐ Ciudad (500 000h +) ☐ Pequeña ciudad o suburbio ☐ Zona rural

#### 4.8 Genero

☐ Un hombre ☐ Una mujer ☐ Otro

#### 4.9 Como se considera?

☐ Viajero ☐ Turista ☐ Otro : \_\_\_\_\_



## ANNEXE 7

### PROFILS STATISTIQUES DES RÉPONDANTS

#### 1. Répondants du Vieux-Montréal

##### *1.1 Langue des questionnaires administrés*

Langue des questionnaires	nb répondants	% de répondants
Français	19	24,7%
Anglais	57	74,0%
Espagnol	1	1,3%
	77	100%

##### *1.2 Sexe des répondants*

Sexe des visiteurs	nb répondants	% de répondants
Hommes	32	42,11%
Femmes	44	57,89%
TOTAL	76	100,00%

##### *1.3 Âge des répondants*

Âge des répondants	nb répondants	% de répondants
18-25 ans	29	37,7%
26-30 ans	18	23,4%
31-35 ans	9	11,7%
36-40 ans	4	5,2%
41-45 ans	4	5,2%
46-50 ans	1	1,3%
51-55 ans	3	3,9%
56-60 ans	2	2,6%

61-65 ans	2	2,6%
65 ans et +	5	6,5%
	77	

#### *1.4 Pays de résidence des répondants*

<b>Pays de résidence des répondants</b>	<b>nb répondants</b>	<b>% de répondants</b>
Québec	4	5,33%
Canada	16	21,33%
US	28	37,33%
Asie	2	2,67%
Europe	20	26,67%
Australie/Nouvelle-Zélande	0	0,00%
Afrique	1	1,33%
Amérique latine	4	5,33%
Total	75	

#### *1.5 Méthode d'organisation du voyage*

<b>Méthode d'organisation principale</b>		
Seul	53	68,83%
Agence	6	7,79%
En ligne	15	19,48%
Autre	2	2,60%
*réponses multiples	77	98,70%

#### *1.6 Statut économique*

<b>Situation</b>	<b>nb répondants</b>	<b>% de répondants</b>
Sans emploi	4	5,2%
Étudiants	21	27,3%
Travailleurs	48	62,3%
Retraités	4	5,2%
Sans objet	0	0,0%

	77	100,0%
--	----	--------



## 2. Répondants de San Telmo

### 1.1 Langue des questionnaires administrés

Langue des questionnaires	nb répondants	% de répondants
Français	7	9,9%
Anglais	32	45,1%
Espagnol	32	45,1%
	71	

### 1.2 Sexe des répondants

Sexe des visiteurs	nb répondants	% de répondants
Hommes	35	46,1%
Femmes	39	51,3%
Sns objet	2	2,6%
TOTAL	76	100,0%

### 1.3 Âge des répondants

Âge des répondants	nb répondants	% de répondants
18-25 ans	25	33,8%
26-30 ans	26	35,1%
31-35 ans	11	14,9%
36-40 ans	3	4,1%
41-45 ans	1	1,4%
46-50 ans	4	5,4%
51-55 ans	2	2,7%
56-60 ans	1	1,4%
61-65 ans	1	1,4%
65 ans et +	0	0,0%
	74	

#### ***1.4 Pays de résidence des répondants***

<b>Pays de résidence des répondants</b>	<b>nb répondants</b>	<b>% de répondants</b>
Amérique Latine	28	36,8%
Amérique du Nord	6	7,9%
Europe	26	34,2%
Asie	3	3,9%
Argentine	9	11,8%
Australie/Nouvelle-Zélande	2	2,6%
Sans objet	2	2,6%
	76	

#### ***1.5 Méthode d'organisation du voyage***

<b>Méthode d'organisation principale</b>	<b>nb répondants</b>	<b>% de répondants</b>
Seul	53	69,74%
Agence	7	9,21%
En ligne	14	18,42%
Autre	2	2,63%
*réponses multiples	76	100,00%

#### ***1.6 Statut économique***

<b>Situation</b>	<b>nb répondants</b>	<b>% de répondants</b>
Sans emploi	6	7,9%
Étudiants	21	27,6%
Travailleurs	42	55,3%
Retraités	5	6,6%
Sans objet	2	2,6%
	76	100,0%

## BIBLIOGRAPHIE

- Amphoux, Pascal. 2003. «Polarité, Mixité, Intensité, Trois dimensions conjointes de la densité urbaine». In *International Colloquium on architecture and Cities*, Hilde Heinen et David Vanderburgh, p. 19-32. Bruxelles: Éditions de La lettre volée.
- Ananian, Priscilla. 2014a. *Bruxelles, région de l'innovation : évolution et perspectives de développement des centralités bruxelloises* Bruxelles: Presses universitaires de Louvain, 293 p.
- , 2014b. «Bruxelles: le projet urbain au service de la ville internationale?». In *Dynamiques métropolitaines et développements touristiques*, Boualem Kadri, p. 121-145. Québec: Les Presses de l'Université du Québec.
- , 2015. «Urbanisme : centres et centralités à l'ère de la métropolisation». In *Cinquante ans d'action territoriale : un socle, des pistes pour le futur*, Yves Hanin. Bruxelles: Presses universitaires de Louvain.
- Arendt, Hannah. 1958/1998. *The human condition*. Chicago: University of Chicago Press, 370 p.
- Ascher, François. 1997. «Du vivre en juste-à-temps au chrono-urbanisme». *Les Annales de la recherche urbaine*, vol. 77, p. 113-122.
- Ashworth, Gregory, et Stephen K. Page. 2010. «Urban tourism research: Recent progress and current paradoxes». *Tourism Management*, vol. 32, p. 1-15.
- Beaud, Jean-Pierre. 2010. «L'échantillonnage». In *La recherche sociale de la problématique à la collecte de données*, Benoît Gauthier, p. 251-284. Québec: Presses de l'Université du Québec.



Bernard, Nicolas, Yvonne Bouvet et René-Paul Desse. 2014. *Géohistoire du tourisme argentin du XIXe siècle à nos jours*. Rennes: Presses universitaires de Rennes, 221 p.

Bertoncello, Rodolfo, et Claudia Alejandra Troncoso. 2014. «La ciudad como objeto de deseo turístico: renovación urbana, cultural y turismo en Buenos Aires y Salta (Argentina)». *Gran Tour: Revista de Investigaciones Turísticas*, vol. 9, p. 4-26.

Bertres, Felipe (1822). Plano topográfico. Buenos Aires, CABA En ligne.  
<<http://www.ssplan.buenosaires.gov.ar/index.php/2menucontenidos/mapas-antiguos%3E>.

Bianchini, Franco. 1995. «Night Cultures, Night Economies». *Planning Practice and Research*, vol. 10, no 2, p. 121-126.

Bianchini, Franco, et Clara H. Greed. 1999. «Cultural planning and time planning». In *Social Town Planning*, Clara H. Greed, p. 195-297. New York and London: Routledge.

Bichat, Jean-Marc, et Paul Bouvier. 2009. «Mettre en oeuvre la qualité urbaine: l'exemple des Mureaux». In *Quand les quartiers réinventent la ville - Les acteurs de la rénovation urbaine*, Bernard Loche et Chantal Talland, p. 35-41. Paris: Éditions Autrement.

Blais, André, et Claire Durand. 2010. «Le sondage». In *Recherche sociale: de la problématique à la collecte des données*, Benoit Gauthier, p. 445-487. Québec: Presses de l'Université du Québec.

Bonnafé, Juliette. 2007. «Commerce, ville et tourisme : le commerce de rue dans le centre historique de Mexico». In *Mondes urbains du tourisme*, Philippe Duhamel et Rémy Knafo, p. 128-139. Paris: Éditions Belin.

Boorstin, Daniel J. 1962. *The Image: A Guide to Pseudo-Events in America*. New York: Harper & Row, 336 p.

- Bourdieu, Pierre. 1979. *La distinction, critique sociale du jugement*. Paris: Les Éditions de Minuit, 670 p.
- Boyer, Marc (1999). Histoire générale du tourisme du XVI<sup>e</sup> au XXI<sup>e</sup> siècle Lyon, Presses universitaires de Lyon: 327 p
- , 2002. «Comment étudier le tourisme?». *Ethnologie française*, vol. 3, no 32, p. 393-404.
- Butler, Richard W. 1980. «The Concept of a Tourist Area Cycle of Evolution: Implications for Management of Resources». *The Canadian Geographer*, vol. 24, no 1, p. 5-12.
- CABA, Ciudad Autonoma de Buenos Aires (1999). Plan de maneja del casco historico de la ciudad de Buenos Aires. Secreteria de Cultura. Buenos Aires
- (2011). Modelo territorial. Secretaria del planeamiento. Buenos Aires. 1: 27-61 p
- (2014). Plan de renovacion integral de San Telmo. Secretaria del planeamiento. Buenos Aires, CABA En ligne.  
<<http://www.buenosaires.gov.ar/noticias/plan-de-renovacion-integral-de-san-telmo%3E>. Consulté le 10 avril 2015.
- , 2015. «Mapas antiguos». Secretaria de planeamiento. En ligne.  
<<http://www.ssplan.buenosaires.gov.ar/index.php/2menucontenidos/mapas-antiguos%3E>. Consulté le 15 mars 2015.
- Campelo, Adriana, Robert Aitken, Maree Thyne et Juergen Gnoth. 2013. «Sense of Place: The Importance for Destination Branding». *Journal of Travel Research*, vol. XX, no X, p. 1-13.
- Campo, Daniel, et Brent D. Ryan. 2008. «The Entertainment Zone: Unplanned Nightlife and the Revitalization of the American Downtown». *Journal of Urban Design*, vol. 13, no 3, p. 291-315.

Canada, Statistique (2011). Recensement de la population. Statistique Canada.  
Ottawa

Carmona, Matthew. 2010. «Contemporary Public Space: Critique and Classification, Part One: Critique». *Journal of Urban Design*, vol. 15, no 1, p. 123-148.

Carmona, Matthew, Claudio de Magalhaes et Leo Hammond. 2008. *Public space, the management dimension*. New York: Routledge, 205 p.

Cazes, Georges, et Georges Courade. 2004. «Les masques du tourisme». *Revue Tiers Monde*, vol. 2, no 178, p. 247-268.

Cazes, Georges, et Françoise Pothier. 1996. *Le tourisme urbain*. Coll. «Que sais-je?». Paris: Presses universitaires de France, 128 p.

Centre d'étude sur les réseaux, les transports, l'urbanisme et les constructions publiques (2004). Impacts du tramway sur le commerce dans l'agglomération strasbourgeoise. Strasbourg, CERTU

Chapelle, Sophie. 2009. «Vers un urbanisme sensoriel: entretien avec Thierry Paquot». Mouvements. En ligne. <<http://www.mouvements.info/Vers-un-urbanisme-sensoriel.html%3E>. Consulté le 24 janvier 2014.

Coëffé, Vincent, et Philippe Violier. 2008. «Les lieux du tourisme: de quel(s) paradis parle-t-on? Variations sur le thème de l'urbanité touristique». *Articulo - Journal of Urban Research*, vol. 4.

Cohen, Erik. 1979. «A Phenomenology of Tourist Experiences». *Sociology*, vol. 13, no 2, p. 179-201.

-----, 1988. «Authenticity and Commoditization in Tourism». *Annals of Tourism Research*, vol. 15, p. 375-386.



- Cortés-Jiménez, Isabel, Manuela Pulina, Carme Riella i Prunera et Manuel Artis. 2009. «Tourism and Exports as a means of Growth». *Research Institute of applied Economics Working Papers*, vol. 10, p. 1-28.
- d'Hauteserre, Anne-Marie. 2009. «L'altérité et le tourisme: construction du soi et d'une identité sociale». *Espaces, populations, sociétés*, vol. 2, p. 279-291.
- Da Cunha, Antonio, et Sandra Guinand. 2014. «Qualité urbaine, durabilité et action collective: éléments de réflexion». In *Qualité urbaine, justice spatiale et projet*, Antonio Da Cunha et Sandra Guinand, p. 35-65. Lausanne: Presses Polytechniques et Universitaires Romandes.
- Da Cunha, Antonio, et Christian Kaiser. 2009. «Densité, centralité et qualité urbaine: la notion d'intensité, outil pour une gestion adaptative des formes urbaines?». *Cahier Urbia*, vol. 9, p. 13-56.
- Darbellay, Frédéric, et Mathis Stock (2012). Penser le touristique: nouveau paradigme ou interdisciplinarité? EspaceTemps.net En ligne.  
<http://www.espacetemps.net/articles/penser-le-touristique-nouveau-paradigme-ou-interdisciplinarite/%3E>.
- Davis, Lisa Kim. 2011. «International Events and Mass Evictions: A Longer View». *International Journal of Urban and Regional Research*, vol. 35, no 3, p. 582-599.
- Dekkil, Guillaume. 2009. «Introduction». *Cahier Urbia*, vol. 9, p. 3-11.
- Demen-Meyer, Christian. 2005. «Le tourisme: Essai de définition». *Management & Avenir*, vol. 1, no 3, p. 7-25.
- Dépelteau, François. 1998. *La démarche d'une recherche en sciences humaines*. Québec: Les Presses de l'Université Laval, 417 p.
- Desse, Michel. 2007. «La croisière, élément fondateur des urbanités antillaises». In *Mondes urbaines du tourisme*, Philippe Duhamel et Rémy Knafo, p. 270-283. Paris: Éditions Belin.

Díaz Orueta, Fernando, et María Luisa Lourés Seoane. 2003. «La ciudad postfordista: economía cultural y recualificacion urbana». *Revista de Economía Crítica*, vol. 2, p. 105-121.

Dovey, Kim, et Elek Pafka. 2014. «The urban density assemblage: Modelling multiple measures». *Urban Design International*, vol. 19, no 1, p. 66-76.

Dovey, Kim, et Felicity Symons. 2014. «Density without intensity and what to do about it: reassembling public/private interfaces in Melbourne's Southbank hinterland». *Australian Planner*, vol. 51, no 1, p. 34-46.

Dovey, Kim, et Stephen Wood. 2011. *Public/Private interfaces in the inner city: State of Australian cities, National Conference* (Melbourne).

Drouin, Martin. 2009a. «Entre gloire et infamie: le rôle ambivalent du tourisme dans la mise en valeur du Vieux-Montréal». *Téoros*, vol. 28, no 2, p. 93-96.

-----, 2009b. «Le tourisme dans le Vieux-Montréal, une fonction au coeur de sa renaissance». *Téoros*, vol. 28, no 1, p. 93-96.

Duhamel, Philippe. 2007. «Patrimoine et modernité: double logique de la production et du renouvellement des villes touristiques». In *Mondes urbains du tourisme*, Philippe Duhamel et Rémy Knafou, p. 297-307. Paris: Éditions Belin.

Duran, Valeria, Maria Paula Yacovino, Tamara Domenech, Mariel Rubio et Mercedes Uzubiaga. 2005. «Mapas barriales: marca de las nuevas centralidades?». In *Buenos Aires a la deriva: transformaciones urbanas recientes*, Max Welch Guerra, p. 409-429. Buenos Aires: Editoriales Biblos.

Ehrlich, Bruce, et Peter Dreier. 1999. «The New Boston Discovers the Old: Tourism and the Struggle for a Livable City». In *The Tourist city*, Susan S. Fainstein et Dennis R. Judd, p. 155-178. New Haven et Londres: Yale University Press.

Équipe MIT. 2002. *Tourismes 1 - Lieux communs*. Paris: Éditions Belin, 320 p.

----- . 2005. *Tourismes 2 - Moments de lieux*. Paris: Éditions Belin, 349 p.

Fainstein, Susan S., et David Gladstone. 2004. «Évaluation du tourisme urbain». *Les Annales de la recherche urbaine*, vol. 97, p. 127-135.

Florida, Richard. 2002. *The rise of the creative class*. New York: Basic books, 404 p.

Fondation Rues principales (2005). Fiches #12 - La composition commerciale «idéale». Québec

Fox Gotham, Kevin. 2005. «Tourism Gentrification: The Case of New Orleans' Vieux Carre (French Quarter)». *Urban Studies*, vol. 42, no 7, p. 1099-1121.

Gagnon, Yves-C. 2012. *L'étude de cas comme méthode de recherche*. Québec: Presses de l'Université du Québec, 123 p.

Gagnon Doré, Jean. 1997. «Aimé Désautels: artisan de la fierté». *Continuité*, vol. 72, p. 32-34.

Gallent, Nick. 2006. «Second homes, community and a hierarchy of dwelling». *Area*, vol. 39, no 1, p. 97-106.

Garcia, Beatriz. 2004. «Urban regeneration, arts programming and major events». *International Journal of Cultural Policy*, vol. 10, no 1, p. 103-118.

Gauthier, Benoit. 2010. *Recherche sociale, de la problématique à la collecte des données*. Québec: Les Presses de l'Université du Québec, 767 p.

Gehl, Jan. 2012. *Pour des villes à échelle humaine*. Montréal: Écosociété, 212 p.

Gehl, Jan, Lotte Johansen Kaefer et Slovejg Reigstad. 2006. «Close encounters with buildings». *Urban Design International*, vol. 11, p. 29-47.



- Girola, Maria Florencia, Maria Paula Yacovino et Soledad Laborde. 2011.  
«Recentrando la centralidad: Procesos de recualificacion urbana y espacio publico en la ciudad de Buenos Aires desde una perspectiva etnografia». *Cuaderno urbano*, vol. 10. En ligne.  
<[http://arg.unne.edu.ar/publicaciones/cuaderno\\_urbano/cu\\_10/archivos/articulos\\_en\\_html/girola\\_yacovino\\_laborde.htm%3E](http://arg.unne.edu.ar/publicaciones/cuaderno_urbano/cu_10/archivos/articulos_en_html/girola_yacovino_laborde.htm%3E). Consulté le 8 avril 2015.
- Glass, Ruth. 1964. «London: Aspects of change». In *London: Aspects of change*, Centre for Urban studies. London: MacGibbon & Kee.
- Gomez Schettini, Mariana, et Mercedes Gonzalez Bracco. 2011. «La cultura como recurso turistico de la ciudades, el caso de la patrimonializacion del tango en Buenos Aires, Argentina». *Estudios y Perspectivas en Turismo*, vol. 20, p. 1027-1046.
- Gomez Schettini, Mariana, et Claudia Alejandra Troncoso. 2011. «Tourism and cultural identity: Promoting Buenos Aires as the cultural capital of Latin America». *Catalan Journal of Communication and Cultural Studies*, vol. 3, no 2, p. 195-209.
- Gras, Pierre. 2007. «Cardiff veut lier développement et grands évènements». *Géocarrefour*, vol. 82, no 3. En ligne.  
<<http://geocarrefour.revues.org/2196%3E>. Consulté le 3 mars 2015.
- Gravari-Barbas, Maria. 1998. «Belle, propre, festive et sécurisante: l'esthétique de la ville touristique». *Norois*, vol. 178, p. 175-193.
- , 2007. «À la conquête du temps urbain: la ville festive des «24 heures sur 24»». In *Mondes urbains du tourisme*, Philippe Duhamel et Rémy Knafo, p. 55-74. Paris: Éditions Belin.
- Hamnet, Chris, et Noam Shoval. 2003. «Museums as flagships of urban development». In *Cities and visitors*, Lily Hoffman, Susan S. Fainstein et Dennis R. Judd, p. 219-335. Oxford: Blackwell.

Harrison, Julia. 2003. «Chapter 1: Being a tourist». In *Being a Tourist: Finding Meaning in Pleasure Travel*, Julia Harrison, p. 3-42. Whashington: University of Washington Press.

Harvey, Daina Cheyenne, et Janet Lorenzen. 2005. «Signifying Practices and the Co-tourist». *Tourismos: An International Multidisciplinary Journal of Tourism*, vol. 1, no 1, p. 11-28.

Harvey, David. 1989. «From managerialism to entrepreunarialism: The transformation in urban governance of late capitalism». *Geografiska Annaler. Series B, Human Geography*, vol. 71, no 1, p. 3-17.

Herzer, Hilda, Mercedes Di Virgilio, Maria Carla Rodríguez, Gabriela Merlinski et Mariana Gomez Schettini. 2008. «Transformation and change in downtown Buenos Aires. The new urban social question». *Trialog*, vol. 98, no 3.

Hoffman, Lily. 2003. «The Marketing of Diversity in the Inner City: Tourism and Regulation in Harlem». *International Journal of Urban and Regional Research*, vol. 27, p. 286-299.

Holt, Douglas B. 1997. «Distinction in America? Recovering Bourdieu's theory of tastes from its critics». *Poetics*, vol. 25, p. 93-120.

Hughes, George. 1999. «Urban revitalization: the use of festive time strategies». *Leisure Studies*, vol. 18, no 2, p. 119-135.

Huning, Sandra, et Johannes Novy. 2006. «Tourisme as an Engine of Neighborhood Regeneration? Some Remarks Towards a Better Understanding of Urban tourism beyond the "Beaten Path"». *Center for Metropolitan Studies Working Paper Series*, no 006-2006, p. 1-19.

INDEC, Instituto Nacional de Estadística y Censo (2010). Censo de 2010. Buenos Aires En ligne. <<http://www.censo2010.indec.gov.ar/%3E>>. Consulté le 3 avril 2015.

- Jacobs, Jane. 1961. *Death and Life of great american Cities*. New York: Random House p.
- Jefferys, Thomas (1758). Plan of the Town and Fortifications of Montreal or Ville Marie in Canada Montréal, BANQ, Bibliothèques et Archives Nationales du Québec
- Jesta. 2015. «Le Projet». En ligne. <<http://gareviger.com/en/description/%3E>. Consulté le 20 avril 2015.
- Judd, Dennis R. , et Susan S. Fainstein. 1999. *The tourist city*. Morrisville: Yale University, 340 p.
- Kadri, Boualem. 2007. «Le ville et le tourisme; Relation ancienne, complexité nouvelle et défi conceptuel». *Téoros*, p. 76-79.
- Kantor, Paul, et H.V. Savitch. 2005. «How to Study Comparative Urban Development Politics: A Research Note». *International Journal of Urban and Regional Research*, vol. 29, no 1, p. 135-151.
- Knafou, Rémy. 2007. «Introduction : l'urbain et le tourisme: une construction laborieuse». In *Mondes urbains du tourisme*, Philippe Duhamel et Rémy Knafou, p. 9-21. Paris: Éditions Belin.
- Krim, Nacéra. 2010. «Table de concertation et préservation du patrimoine: solution porteuse ou chimère? Deux cas d'étude: le Vieux-Montréal et le mont Royal». Montréal, Institut d'urbanisme, Université de Montréal, 181 p.
- Lacarrieu, Monica. 2006. «Touristes et «non-touristes» dans le monde de l'interculturalité - Un regard à partir du patrimoine immatériel». *Presses de Sciences Po - Autrepart*, vol. 4, no 40, p. 131-150.
- Lanquar, Robert. 1985. *Sociologie du tourisme et des voyages*. Paris: Presses universitaires de France, 128 p.



Laperrière, Anne. 2010. «L'observation directe». In *Recherche sociale, de la problématique à la collecte de données*, Benoit Gauthier, p. 311-336. Québec: Presses de l'Université du Québec.

Lavadinho, Sonia. 2009. «Dynamique d'intensité événementielle: visions d'une urbanité en devenir». *Cahier Urbia*, vol. 9, p. 87-104.

Law, Christopher M. . 1992. «Urban Tourism and its Contribution to Economic Regeneration». *Urban Studies*, vol. 29, no 3/4, p. 599-618.

Lazarotti, Olivier. 2001. «À propos du tourisme et du patrimoine: les raisons de "l'Habiter"». Paris, Université Paris 7-Denis Diderot.

Le Corbusier. 1924/2011. *L'Urbanisme*. Paris: Éditions Flammarion, 284 p.

Lefebvre, Henri. 1968. *Le droit à la ville*. Paris: Éditions Anthropos, 148 p.

Lévy, Jacques, et Michel Lussault. 2003. *Dictionnaire de la géographie et de l'espace des sociétés*. Paris: Belin, 1033 p.

Lucas, Léopold (2014). Les lieux touristiques des villes ne sont pas des enclaves. EspaceTemps.net

Lussault, Michel. 2007. «Le tourisme, un genre commun». In *Mondes urbains du tourisme*, Philippe Duhamel et Rémy Knafou, p. 333-349. Paris: Éditions Belin.

Lussault, Michel, et Mathis Stock. 2007. «Tourisme et urbanité». In *Mondes urbaines du tourisme*, Philippe Duhamel et Rémy Knafou, p. 241-245. Paris: Éditions Belin.

MacCannell, Dean. 1973. «Staged Authenticity: Arrangements of Social Space in Tourist Settings». *The American Journal of Sociology*, vol. 79, no 3, p. 589-603.

----- . 2002. «Tourist agency». *Tourist studies*, vol. 1, no 1, p. 23-37.

Maitland, Richard. 2008. «Conviviality and Everyday Life: the Appeal of New Areas of London for Visitors». *International Journal of Tourism Research*, vol. 10, p. 15-25.

Mallet, Sandra. 2014. «Les rythmes urbains de la néolibéralisation». *Justice spatiale-Spatial Justice*. In *HAL Archives ouvertes*. En ligne. <<https://hal.archives-ouvertes.fr/hal01056139>>. Consulté le 4 décembre 2014.

MAMROT (2015). Décret de population 2015. 1060-2014. Ministère des affaires municipales et de l'occupation du territoire. Québec

Marquardt, Nadine, Henning Fuller, Georg Glasze et Robert Pütz. 2012. «Shaping the Urban Renaissance: New-build Luxury Developments in Berlin». *Urban Studies*, vol. 50, no 8, p. 1540-1556.

Marques, Bruno. 2009. *Flux touristique international et croissance économique de long terme*: Presses de l'Université des Antilles et de la Guyane, 325 p.

McFarlane, Scott, et Jennifer Robinson. 2012. «Introduction - Experiments in Comparative Urbanism». *Urban Geography*, vol. 33, no 6, p. 765-773.

McIntyre, Norman, et Daniel R. Williams. 2012. «Place Affinities, Lifestyle Mobilities, and Quality-of-Life». In *Handbook of tourism and Quality-of-Life: Enhancing the Lives of Tourists and Residents of Host Communities*, Muzaffer Uyasal, Richard Perdue et M. Joseph Sirgy, p. 209-231: Springer Science+Business Media

Mehta, Vikas. 2007. «Levely street: determining Environmental Characteristics to Support Social Behavior». *Journal of Planning Education and research*, vol. 27, p. 165-187.

Ministerio de turismo de la Nacion (2013). Plan Federal Estratégico de Turismo Sostenible - Anuario estadístico de turismo. Buenos Aires

- Monteil, Gregory. 2007. «Stratégies actérielles, jeux et enjeux de l'horizon touristique dans l'espace urbain pragoïs». In *Mondes urbains du tourisme*, Philippe Duhamel et Rémy Knafo, p. 163-175. Paris: Éditions Belin.
- Montgomery, John. 1995. «Editorial Urban Vitality and the Culture of Cities». *Planning Practice and Research*, vol. 10, no 2, p. 101-110.
- , 1997. «Café culture and the city: The role of pavements cafés in urban public social life». *Journal of Urban Design*, vol. 2, no 1, p. 83-102.
- , 1998. «Making a City: Urbanity, Vitality and Urban Design». *Journal of Urban Design*, vol. 3, no 1, p. 93-116.
- Montréal, Ville de (2013). Plan de protection et de mise en valeur du Vieux-Montréal. Montréal: 78 p
- Munt, Ian. 1994. «The "Other" Postmodern Tourism: Culture, Travel and the New Middle Class». *Theory Culture and Society*, vol. 11, no 3, p. 101-123.
- Nahrat, Stéphane, et Mathis Stock. 2012. «Urbanité et tourisme: une relation à repenser». *Espaces et sociétés*, vol. 3, no 151, p. 7-14.
- OCTBA, Observatorio turistico de la Ciudad de Buenos Aires. 2015. «Observatorio Turistico». CABA. En ligne.  
<http://www.turismo.buenosaires.gob.ar/es/article/observatorio-tur%C3%ADstico%3E>. Consulté le 20 avril 2015.
- OIC, Observatorio de Industrias Culturales de la Ciudad de Buenos Aires (2007). El Tango en la Economia de la Ciudad de Buenos Aires. Buenos Aires, Ministerio de Produccion
- Olsen, Kjell. 2002. «Authenticity as a concept in tourism research  
 The social organization of the experience of authenticity». *Tourist studies*, vol. 2, no 2, p. 159-182.



OMT (2013). UNWTO Tourism Highlights. Madrid, Organisation mondiale du tourisme

-----, 2014. «Pourquoi le tourisme?». Organisation mondiale du tourisme. En ligne. <<http://www2.unwto.org/fr/content/pourquoi-le-tourisme%3E>. Consulté le 3 février 2014.

Pafka, Elek. 2013. «Nothing Gained by Counting Dwellings per Hectare: A hundred years of confusing urban densities». In *State of Australian Cities Conference* (Sydney), sous la dir. de. Sydney.

Paquot, Thierry. 2009. «Henri Lefèvre : Penseur de l'urbain». In *Le territoire des philosophes: Lieu et espace dans la pensée au XXe siècle*, Thierry Paquot et Chris Younès, p. 237-254. Paris: La Découverte.

-----, 2012. «Pour une épistémologie du tourisme?». In *Épistémologie des études touristiques*, Lucie K. Morisset, Bruno Sarrasin et Guillaume Éthier, p. 7-24. Québec: Presses de l'Université du Québec.

Pearce, Douglas. 2001. «An Integrative Framework for Urban Tourism Research». *Annals of Tourism Research*, vol. 28, no 4, p. 926-948.

Pickvance, C.K. 1986. «Comparative urban analysis and assumptions about causality». *International Journal of Urban and Regional Research*, vol. 10, no 2, p. 162-184.

Pillette, Danielle, et Boualem Kadri. 2011. *Le tourisme métropolitain*. Québec: Les Presses de l'Université du Québec, 140 p.

Poon, Auliana. 1993. *Tourism, technology and competitive strategies*. Wallingford: CAB International, 370 p.

Pradel, Benjamin. 2007. «Mettre en scène et mettre en intrigue: un urbanisme festif des espaces publics». *Géocarrefour*, vol. 82, no 3, p. 123-130.

- , 2010. «Rendez-vous en ville! Urbanisme temporaire et urbanité événementielle: les nouveaux rythmes collectifs». Paris, Laboratoire Ville, Mobilité, Transport, Université Paris-Est, 549 p.
- Pronovost, Gilles. 2012. «La construction de la notion de «touriste» en sciences sociales». In *Épistémologie des études touristiques*, Lucie K. Morisset, Bruno Sarrasin et Guillaume Éthier, p. 217-226. Québec: Presses de l'Université du Québec.
- Roberts, Marion, et Chris Turner. 2005. «Conflicts of Liveability in the 24-hour City: Learning from 48 Hours in the life of London's Soho». *Journal of Urban Design*, vol. 10, no 2, p. 171-193.
- Robinson, Jennifer. 2011. «Cities in a World of Cities: The comparative Gesture». *International Journal of Urban and Regional Research*, vol. 35, no 1, p. 1-23.
- Rosen, Gillad, et Alan Walks. 2014. «Castels in Toronto's Sky: Condo-ism as Urban Transformation». *Journal of Urban Affairs*, vol. 0, no 0, p. 1-22.
- Roy, Simon N. 2010. «L'étude de cas». In *Recherche sociale de la problématique à la collecte des données*, Benoît Gauthier, p. 199-226. Québec: Presses de l'Université du Québec.
- Sallenave, Pierre. 2009. «La qualité urbaine, enjeu pour les projets». In *Quand les quartiers réinventent la ville - Les acteurs de la rénovation urbaine*, Bernard Loche et Chantal Talland, p. 13-17. Paris: Éditions Autrement.
- SDC, Vieux-Montréal. 2015. «Évènements». Société de développement commercial du Vieux-Montréal. En ligne. <<http://www.vieuxmontreal.ca/evenement%3E>. Consulté le 10 janvier 2015.
- Shaw, Gareth, Sheela Agarwal et Paul Bull. 2000. «Tourism consumption and tourist behaviour: a British perspective». *Tourism Geographies*, vol. 2, no 3, p. 264-289.

- Stébé, Jean-Marc, et Hervé Marchal. 2010. *La sociologie urbaine*, 2e édition. Coll. «Que Sais-je?». Paris: Presses Universitaires de France, 127 p.
- Stock, Mathis. 2005. «Les sociétés à individus mobiles: vers un nouveau mode d'habiter?». *EspacesTemps.net*. En ligne.  
<<http://www.espacestems.net/articles/les-societes-a-individus-mobiles-vers-un-nouveau-mode-drsquohabiter/%3E>. Consulté le 21 mars 2014.
- Stock, Mathis, et Léopold Lucas. 2012. «La double révolution urbaine du tourisme». *Espaces et sociétés*, vol. 3, no 151, p. 15-30.
- Tan, Wendy, et Klaasen Ina. 2007. «Exploring 24/7 environments». *Town Planning Review*, vol. 78, no 6, p. 699-724.
- Toselli, Claudi. 1996. «Turismo cultural en la ciudad de Buenos Aires. Rehabilitacion del casco historico de San Telmo y Montserrat». p. 133-143.
- Tourisme Montréal (2015). Le bilan de l'année 2014. Montréal, Ville de Montréal
- Uriely, Natan. 2005. «The Tourist Experience: Conceptual Developments». *Annals of Tourism Research*, vol. 32, no 1, p. 199-216.
- Urry, John. 1990/2002. *The Tourist Gaze. Leisure and Travel in Contemporary Societies*. London: Sage Publications, 200 p.
- Wang, Ning. 1999. «Rethinking Authenticity in Tourism Experience». *Annals of Tourism Research*, vol. 26, no 2, p. 349-370.
- Ward, Kevin. 2010. «Towards a relational comparative approach to the study of cities». *Progress in Human Geography*, vol. 34, no 4, p. 471-487.
- Werlen, Jean. 2009. «Qu'est-ce que la qualité urbaine?». In *Quand les quartiers réinventent la ville - Les acteurs de la rénovation urbaine*, Bernard Loche et Chantal Talland, p. 27-32. Paris: Éditions Autrement.



Wickens, Eugenia. 2002. «The Sacred and the Profane: A Tourist Typology». *Annals of Tourism Research*, vol. 29, no 3, p. 834-851.

Wirth, Louis. 1938/2005. «Urbanism as a way of life». In *The Urban Sociology Reader*, Jan Lin et Christopher Mele, p. 32-41. Abingdon: Routledge.

Zukin, Sharon. 1998. «Urban lifestyles: diversity and standardisation of consumption». *Urban Studies*, vol. 35, no 5/6, p. 825-839.

-----, 2010. *Naked City - The Death and Life of Great Authentic Places*. New York: Oxford University Press, 294 p.

Zunino Singh, Dhan Sebastian. 2007. «Los usos economicos de la cultura en los procesos de renovacion urbana. Las politicas de patrimonio y el turismo en el caso del barrio de San Telmo». Buenos Aires, Sociologie, Université de Buenos Aires, 152 p.